



EHU

Euskal Herriko Unibertsitatea
Universidad del País Vasco

IA para creación de contenidos y community managers

-2ª edición-

Del 21 de abril al 12 mayo 2026
4 semanas

Plazas: 15

Modalidad: Presencial y online síncrono

Idioma: castellano

Créditos: 1,5 ECTS

Lugar de impartición:

Sala Elhuyar, Bizkaia Aretoa EHU
y Plataforma de enseñanza EHUon

Dirección de contacto:

Amaia Paniagua-Iglesias amaya.paniagua@ehu.eus

PROGRAMA

1. Presentación:

Esta microcredencial está diseñada para capacitar a profesionales en la producción rápida de contenidos multiformato y de alta calidad utilizando herramientas de Inteligencia Artificial (IA). La formación se centra en el uso práctico de la IA en la estrategia, planificación, creación de texto, imágenes y video para redes sociales.

En el panorama actual de la comunicación digital, la Inteligencia Artificial no es solo una herramienta útil, sino una necesidad competitiva. La IA está transformando radicalmente la manera en que los equipos de contenidos y los responsables de comunicación gestionan sus procesos. Al integrar la IA, los profesionales pueden automatizar tareas repetitivas, lograr una mayor personalización y mejorar la eficiencia, permitiéndoles centrarse en las actividades más críticas de su rol. Este curso aborda directamente la necesidad de dominar estas tecnologías para maximizar el rendimiento y la coherencia de marca en las redes sociales.

2. Objetivos:

El **objetivo principal** del curso es enseñar a los participantes a producir contenidos multiformato de calidad en poco tiempo gracias a la IA.

Los **objetivos específicos** del curso incluyen:

- 1) Generar ideas y planificar un calendario editorial de manera eficiente utilizando la IA.
- 2) Crear copys adaptados a diversas redes sociales (como LinkedIn, Instagram, X, TikTok) manteniendo la coherencia de marca y ajustando el tono con prompts específicos.
- 3) Producir elementos visuales, incluyendo imágenes, carruseles y vídeos cortos, utilizando herramientas de IA.
- 4) Diseñar y entregar una campaña real con piezas listas para su publicación en diversos canales.
- 5) Aplicar técnicas de prompting para la creación de guiones y la generación de subtítulos o resúmenes automáticos para contenido de vídeo.

3. Metodología:

Híbrida (presencial y online síncrona).

Es una metodología pensada para situar al estudiantado en el centro del aprendizaje, con el objetivo de que logre habilidades prácticas para aplicar la IA de modo profesional en su día a día. El formato de clases será híbrido, con sesiones online síncronas y una sesión final presencial, para compatibilizar la formación y la práctica diaria de la vida profesional y personal.

- Clase 100% prácticas en formato online y presencial. Las clases tendrán un enfoque experimental y dinámico con ejercicios prácticos y ejemplos aplicados, para poner en práctica desde el primer momento el conocimiento adquirido en la formación.

4. Requisitos de acceso:

Se requiere tener una formación mínima de un ciclo formativo de grado medio o superior o certificado de profesionalidad. Se valorará positivamente la formación afín y la trayectoria profesional en el sector. Edad: 25-64 años.

5. Programa y equipo docente:

(desglose del contenido pormenorizado en anexo, al final de documento)

	FECHAS	TEMA	PROFESORADO	HORAS
SEMANA-1	Módulo 0. Introducción y Contexto. Planificación estratégica			2
	21/04/2026, martes Online 11.00 a 13.00h	1. Introducción al curso. La relevancia del marketing digital. Del banner al prompt. 2. Planificación estratégica (o barbarie): la brújula del marketing digital.	Amaia Paniagua UPV/ EHU Libe Lombraña UPV/ EHU	
	Módulo 0. Tono y estilo. Ética e IA			2
	23/04/2026, jueves Online 11.00 a 13.00h	3. Tono y estilo: la comunicación sí construye marca. 4. Pienso con la máquina, luego decido: ética e IA	Eider Rodríguez UPV/ EHU Erika Fdez. Cabello UPV/ EHU	
SEMANA-2	Módulo 1. La IA como partner estratégico para tu plan de contenidos			2
	29/04/2026, miérc Online 11.00 a 13.00h	1. En qué puntos de la estrategia puede ayudar la IA y cómo 2. Cómo crear un proyecto en ChatGPT 3. Qué tipo de prompts se pueden emplear y cómo estructurarlos 4. Análisis de la competencia con IA 5. Cómo usar la IA para extraer ideas de contenido	Xabier Pagola - TOM (Think On Marketing)	
	Módulo 2. Redacción de copys con IA: coherencia, tono y propósito			2
	30/04/2026, jueves Online 11.00 a 13.00h	1. Fundamentos del prompting para redacción 2. Adaptación de mensajes a cada canal 3. Arquitectura de mensajes y estructura persuasiva 4. Copywriting emocional y técnicas de engagement con IA 5. Evaluación y mejora continua del texto generado	Xabier Pagola - TOM (Think On Marketing)	

	FECHAS	TEMA	PROFESORADO	HORAS
SEMANA-3	Módulo 3. Creación de imágenes y creatividades visuales con IA			2
	05/05/2026, martes Online 11.00 a 13.00h	1. Introducción a la generación visual con IA 2. Cómo funcionan los modelos generativos 3. Prompts visuales eficaces 4. Diseño de piezas sociales y contenido de marca 5. Personalización del estilo de marca 6. Aspectos éticos y derechos de uso	Nerea Presa - TOM (Think On Marketing)	
SEMANA-3	Módulo 4. Vídeos y reels asistidos por IA: del guion al clip final			2
	07/05/2026, jueves Online 11.00 a 13.00h	1. Storytelling con prompting: cómo escribir guiones que enganchen 2. La IA como asistente de edición: automatiza la parte técnica 3. Reutilización de contenidos: multiplica tu producción 4. Introducción al vídeo generativo 5. Optimización y coherencia multicanal	Nerea Presa - TOM (Think On Marketing)	
	FECHAS	TEMA	PROFESORADO	HORAS
SEMANA-4	Taller final y networking. Campaña multicanal con IA: del briefing a la publicación			3
	12/05/2026 Presencial (Bizkaia Aretoa, sala Elhuyar) 11.00 a 14.00h	1. Briefing inicial 2. Diseño de la campaña 3. Integración de herramientas 4. Presentación y análisis 5. Aplicación profesional	Nerea Presa - TOM (Think On Marketing)	

6. Fechas y lugar de celebración:

Del 21 de abril al 12 de mayo 2026: 4 semanas.

Metodología online a través de la plataforma de enseñanza EHUon y la última sesión presencial, con taller final y networking, en Bizkaia Aretoa EHU, Sala Elhuyar.

7. Evaluación:

Cuestionarios de preguntas con opción múltiple.

Tareas y ejercicios prácticos.

Entrega trabajo final individual.

8. Resultados de aprendizaje:

1) Diseñar una campaña de comunicación multicanal completa aplicando herramientas de Inteligencia Artificial.

2) Aplicar prompts específicos y técnicas de prompting para ajustar el tono y estilo de los textos generados por IA a la coherencia de marca.

3) Generar imágenes, carruseles y vídeos cortos listos para publicar, utilizando herramientas de IA para la creación visual.



- 4) Planificar un calendario editorial automatizado, minimizando el tiempo de brainstorming y optimizando la estrategia de contenidos.
- 5) Elaborar un mini kit de contenidos multicanal aplicables al trabajo real.

9. Profesorado:

Amaia Paniagua Iglesias es Profesora Ayudante Doctora en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco **UPV/EHU**, e imparte las asignaturas de Planificación de Medios, Marketing Digital y Comunicación Comercial, Corporativa e Institucional. Ha trabajado durante 20 años en agencia de publicidad, como planificadora de medios. Tiene un doctorado en publicidad que analiza la influencia que la digitalización ha tenido en la planificación de medios publicitarios y en los procesos de las agencias de publicidad vascas. Sus líneas de investigación encuentran su foco en el concepto actual de la publicidad y los cambios que se están produciendo en el sector publicitario.

Libe Lombraña Iturregui es doctora por la Universidad Complutense de Madrid y actualmente Profesora Ayudante Doctora en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad en **UPV/EHU**, donde imparte asignaturas de marketing, publicidad y comunicación. Su trayectoria profesional combina la docencia universitaria, la investigación académica y una amplia experiencia en comunicación y marketing. Antes de incorporarse a EHU, fue profesora e investigadora en la Facultad de Empresariales en Mondragón Unibertsitatea, donde también dirigió un módulo en el Máster en Internacionalización de Organizaciones. Su experiencia profesional fuera del ámbito académico incluye puestos de responsabilidad en comunicación, marketing y eventos en empresas como Gipuzkoangazte, CMA CGM, Fundación Telefónica o el Grupo Dani García. Entre 2014 y 2019 residió en Bahréin, donde combinó su trabajo en el sector de la construcción con la docencia universitaria, experiencia que inspiró su tesis doctoral.

Eider Rodríguez Ordoñez es doctora especializada en Publicidad digital y Profesora Ayudante Doctora en **UPV/EHU** enfocada en la aplicación de metodologías activas para mejorar la motivación y el aprendizaje del alumnado. Actualmente cursa el Máster en Formación del Profesorado, lo que refuerza su interés por la innovación educativa y la investigación en el ámbito docente. Cuenta con más de 15 años de experiencia profesional en marketing, publicidad y comunicación, habiendo desarrollado campañas 360°, estrategias digitales y proyectos audiovisuales de gran alcance. Esta combinación de experiencia práctica e investigación pedagógica le permite tender puentes entre la realidad profesional del sector y la formación universitaria.



Erika Fdez. Cabello es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la **UPV/EHU** (2006) y Profesora Interina en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad desde 2021, donde imparte Redacción Publicitaria, Creatividad y Dirección de Arte. Especializada en redacción creativa, desarrolló una carrera en publicidad como copy para grandes marcas, asumiendo posteriormente roles en dirección creativa, estrategia publicitaria y responsabilidad social corporativa (RSC), siendo reconocida con premios nacionales e internacionales. Actualmente, es doctoranda en Comunicación Social e investiga el marketing de influencia, la maternidad y la instamaternidad desde la Teoría Feminista.

Nerea Presa es Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas con mención en Realización Multimedia por la Universidad del País Vasco UPV/EHU. Además, ha realizado varios posgrados de especialización: Máster en Marketing Digital en Mondragón Unibertsitatea, Máster en Branded Content, Madrid Content School, y Máster en Formación del Profesorado en la Universidad Internacional de La Rioja UNIR (especialidad Marketing y Comercio). Es la responsable de Social Media Manager en **Think on Marketing** desde 2022.

Xabier Pagola es Licenciado en Publicidad y Relaciones por la Universidad de Navarra. Profesional con dilatada experiencia en gestión de redes sociales y planificación y creación de contenidos, tanto para instituciones públicas como marcas comerciales. Especialista senior en **Think on Marketing** con más de 6 años de experiencia en el desarrollo de estrategias Social Media, gestión y dinamización de redes sociales y creación de contenidos bajo criterios de redacción para la web y de posicionamiento web (SEO) de cuentas como Emakunde, Sarenet, Fundación Anesvad o Departamento de Economía y Hacienda de Gobierno Vasco.



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU





Anexo:

Desglose del contenido del temario

Curso: IA para creación de contenidos y community managers

Descripción general

Formación intensiva diseñada para que profesionales de la comunicación, marketing y contenidos aprendan a usar la IA como aliada estratégica y creativa. En 15 horas, el alumnado pasará de entender las bases del prompting y la planificación automatizada hasta crear un kit de contenidos multicanal real listo para publicar.

Módulo 0. Introducción y Contexto

Duración: 4 h

Objetivo general

Establecer el marco conceptual y estratégico que permita a los profesionales de la comunicación integrar la Inteligencia Artificial como un socio coherente con la voz y los objetivos de la marca, garantizando que el criterio humano dirija la planificación y el uso ético de las herramientas de contenido.

La formación intensiva está diseñada para que los profesionales aprendan a usar la IA como aliada estratégica. Este módulo justifica la relevancia del marketing digital y la necesidad de una planificación que asegure que la IA no sustituya el criterio profesional, sino que se integre en la estrategia de contenidos. Revisar el tono y la voz es crucial para mantener la coherencia de los mensajes. Finalmente, se subraya la importancia de aplicar principios éticos y legales en el uso de contenidos generados por IA.

Contenidos del módulo

1. Introducción al curso. La relevancia del marketing digital. Del banner al prompt.
2. Planificación estratégica (o barbarie): la brújula del marketing digital.
3. Tono y estilo: la comunicación sí construye marca.
4. Pienso con la máquina, luego decido: ética e IA

Módulo 1. La IA como partner estratégico para tu plan de contenidos:

Duración: 2 h

Objetivo general

Comprender cómo la IA puede integrarse de forma estratégica y operativa en cada fase de la estrategia de contenidos personal o de una marca. El alumnado aprenderá a configurar ChatGPT como asistente de comunicación, a diseñar prompts útiles para planificación y análisis, y a apoyarse en la IA para idear y estructurar contenidos.

Contenidos del módulo

1. En qué puntos de la estrategia puede ayudar la IA y cómo

La IA no sustituye el criterio profesional, pero puede acelerar, inspirar y estructurar gran parte del trabajo en creación de contenidos. En este bloque se identifican las áreas donde ofrece mayor impacto:

- **Investigación y diagnóstico:** recopilación rápida de insights sobre marca, público y tendencias.
- **Ideación de contenidos:** generación de ideas según formatos.
- **Planificación editorial:** creación de calendarios según temática, territorios, redes y frecuencia.
- **Producción de piezas:** redacción, diseño o guionización.
- **Evaluación y reporting:** análisis de tono, engagement o rendimiento de publicaciones.

2. Cómo crear un proyecto en ChatGPT

Este apartado muestra cómo organizar el trabajo dentro de ChatGPT o plataformas similares para aprovechar su potencial como herramienta de equipo.

Se enseña paso a paso:

- Cómo abrir un proyecto y definir su propósito (por ejemplo, "Plan de contenidos marca X").
- Qué tipo de documentación cargar:
 - *Briefing* de marca, guía de estilo, buyer persona, ejemplos de tono.
 - Publicaciones previas o histórico de campañas.
 - Competidores.



- Cómo establecer instrucciones persistentes para que la IA mantenga coherencia (tono, idioma, objetivos).
- Cómo guardar prompts útiles y flujos de trabajo repetibles.

3. Qué tipo de prompts se pueden emplear y cómo estructurarlos

La IA es tan buena como las preguntas que se le hacen. En este bloque se enseña a diseñar prompts que generen resultados útiles, no genéricos.

Tipos de prompts aplicados a la estrategia de contenidos:

- **Prompts exploratorios:** para descubrir ideas, formatos o tendencias.
- **Prompts estratégicos:** para definir objetivos, públicos o tono.
- **Prompts operativos:** para crear copys, títulos o descripciones.
- **Prompts analíticos:** para evaluar resultados, engagement o coherencia.

Se explica la estructura ideal:

Contexto + Rol + Objetivo + Formato + Restricciones / Tono deseado

4. Análisis de la competencia con IA

La IA permite acelerar el estudio del entorno competitivo, extrayendo insights útiles para diseñar estrategias.

Aplicaciones concretas:

- Identificar temas recurrentes y tipos de publicaciones que mejor funcionan.
- Analizar tono, frecuencia, hashtags, formatos o engagement estimado.
- Generar resúmenes comparativos entre competidores.
- Detectar huecos de contenido u oportunidades temáticas.

5. Cómo usar la IA para extraer ideas de contenido

Transformación del análisis y el contexto en ideas originales.

- Cómo pedir a la IA ideas alineadas con los objetivos de marca.
- Generación de ideas por formato (post, vídeo, carrusel, historias...).
- Cómo filtrar ideas según nivel del embudo (toma de conciencia, consideración, decisión).



Qué gana el alumnado

- Entiende en qué fases de su trabajo la IA aporta más valor y cómo integrarla sin perder control creativo.
- Aprende a configurar ChatGPT como un asistente personalizado.
- Domina los tipos de prompts que generan respuestas útiles y aplicables.
- Sabe cómo analizar competidores y tendencias para inspirar nuevas campañas.
- Es capaz de extraer, clasificar y transformar ideas en contenido planificable.

Módulo 2. Redacción de copys con IA: coherencia, tono y propósito:

Duración: 2 horas

Objetivo general

Dominar el uso de la IA como coautora en el proceso editorial: desde la idea hasta el texto final. El alumnado aprenderá a estructurar mensajes persuasivos, despertar emociones y adaptar el lenguaje a cada canal, manteniendo coherencia y voz de marca. El fin último no es escribir más rápido, sino hacerlo de forma más orientada al objetivo.

Contenidos del módulo

1. Fundamentos del prompting para redacción

Qué se enseña:

- Cómo transformar una idea en una instrucción precisa y contextualizada.
- Estructura ideal del prompt.

Qué gana el alumnado:

- Capacidad para formular prompts que piensan como copywriter.
- Criterio para dirigir la creatividad de la IA, no depender de ella.

2. Adaptación de mensajes a cada canal

Qué se enseña:

- Cómo adaptar propósito, tono y estructura según red.
- Cómo pedir a la IA que reformule manteniendo coherencia.
- Creación de plantillas de prompts por red social o formato de contenido.

Qué gana el alumnado:

- Dominio del lenguaje multicanal.
- Agilidad para adaptar una idea a varios formatos manteniendo la misma esencia narrativa.

3. Arquitectura de mensajes y estructura persuasiva

Qué se enseña:

- Cómo construir un mensaje eficaz con IA siguiendo fórmulas profesionales de copywriting.
- Cómo aplicar estos esquemas dentro de un prompt.



- Cómo analizar la estructura de un texto existente y pedir a la IA que la mejore.

Qué gana el alumnado:

- Capacidad para guiar a la IA hacia mensajes con intención persuasiva real.
- Comprensión práctica de cómo organizar ideas para generar acción o interés.
- Mayor control sobre la narrativa y el impacto final de los textos.

4. Copywriting emocional y técnicas de engagement con IA

Qué se enseña:

- Cómo despertar emociones y empatía en los textos asistidos por IA.
- Identificación de gatillos emocionales (curiosidad, urgencia, pertenencia, orgullo, miedo a perderse algo...).
- Cómo equilibrar lo emocional y lo racional según el público o el objetivo.
- Uso de metáforas, analogías y recursos narrativos generados por IA sin perder autenticidad.

Qué gana el alumnado:

- Competencia para humanizar los outputs de IA, generando textos más cálidos, empáticos y memorables.
- Capacidad para traducir insights y emociones reales en lenguaje de marca.
- Mayor soltura para usar la IA como una herramienta de exploración creativa, no solo de producción.

5. Evaluación y mejora continua del texto generado

Qué se enseña:

- Cómo revisar el resultado de la IA con criterio profesional:
 - Coherencia con el propósito del mensaje.
 - Adecuación del tono al público.
 - Claridad, fluidez y acción esperada.
- Prompts de autocrítica.
- Uso de la IA como herramienta de testing A/B (comparar versiones y elegir la más efectiva).



Qué gana el alumnado:

- Capacidad para afinar y elevar el nivel de un texto hasta convertirlo en publicable.
- Método para iterar, probar y mejorar sus copys con agilidad profesional.
- Criterio editorial para mantener control humano sobre los resultados automatizados.

Módulo 3. Creación de imágenes y creatividades visuales con IA:

Duración: 2 horas

Objetivo general

Aprender a utilizar la Inteligencia Artificial generativa para crear imágenes, composiciones y recursos visuales profesionales, coherentes con la identidad de marca y optimizados para redes sociales, campañas y entornos digitales.

El alumnado comprenderá cómo funcionan los modelos de generación de imagen, cómo diseñar prompts visuales precisos y cómo mantener consistencia estética en todas sus piezas creativas.

Contenidos del módulo

1. Introducción a la generación visual con IA

- Qué es la generación visual y cómo está transformando el diseño gráfico y la comunicación.
- Tipos de modelos: generativos (DALL·E, Midjourney, Leonardo AI, Firefly, Ideogram) y de edición y mejora visual (RunwayML, Canva AI, Clipdrop).
- Diferencias entre creatividad asistida y automatización visual.
- **Ejemplos** de marcas que ya integran IA en sus procesos creativos.

2. Cómo funcionan los modelos generativos

- Principios básicos: difusión, estilos, variaciones, parámetros y seeds.
- Interpretación de prompts visuales: cómo los modelos “leen” la descripción textual.
- Ventajas y limitaciones según herramienta (resolución, fidelidad al prompt, estética, derechos de uso).
- Ejemplo práctico: generar una misma imagen en DALL·E 3, Leonardo AI o Midjourney para comparar resultados.

3. Prompts visuales eficaces

- Estructura ideal: [Sujeto] + [Acción] + [Estilo] + [Luz y color] + [Formato o enfoque].
- Cómo describir estilo (fotografía, ilustración, minimalismo, realismo, collage...).
- Uso de referencias artísticas y estilos de marca.
- Ejercicio guiado: transformar una idea abstracta (“innovación sostenible”) en un prompt visual detallado y reproducible.
- Recursos: bancos de prompts, plantillas y guías de estilo visual.

4. Diseño de piezas sociales y contenido de marca

- Cómo generar carruseles, stories, banners o portadas a partir de un texto o concepto.
- Integración de IA con Canva AI, Photoshop Firefly o Figma Plugins para adaptar piezas a distintos formatos.
- Creación de composiciones con coherencia entre tipografía, color y estilo.
- Ejemplo: construir una mini campaña visual completa desde un solo prompt base.

5. Personalización del estilo de marca

- Cómo entrenar a la IA para que aprenda tu tono visual (colores, texturas, estilo fotográfico).
- Ejercicio práctico: subir un moodboard o logotipo de marca y generar variaciones coherentes.
- Uso de herramientas como Leonardo AI Canvas o Midjourney Style Reference para mantener identidad visual.
- Coherencia multiformato: cómo aplicar un mismo estilo en posts, vídeos y anuncios.

6. Aspectos éticos y derechos de uso

- Licencias, fuentes y derechos de autor en imágenes generadas por IA.
- Cómo verificar si una imagen puede usarse comercialmente.
- Riesgos de sesgos visuales y cómo mitigarlos (diversidad, representatividad, contexto).
- Responsabilidad creativa: cuándo usar IA y cuándo no.

**Las herramientas pueden variar según necesidades y actualizaciones de las mismas.*

Qué gana el alumnado

- Diseñar prompts visuales efectivos que produzcan resultados profesionales.
- Comprender las diferencias entre modelos generativos y elegir el más adecuado según el objetivo.
- Crear piezas visuales coherentes con el estilo y tono de una marca.
- Desarrollar campañas visuales multiformato sin depender de un diseñador gráfico.
- Aplicar principios éticos y legales en el uso de imágenes generadas por IA.
- Integrar herramientas de IA visual en su flujo de trabajo creativo diario.



Módulo 4. Vídeos y reels asistidos por IA: del guion al clip final:

Duración: 2 horas

Objetivo general

Aprender a crear vídeos profesionales y piezas audiovisuales para redes sociales usando herramientas de Inteligencia Artificial generativa y asistida.

El alumnado descubrirá cómo pasar de una idea o texto a un guion estructurado, clip editado y optimizado para cada red, sin conocimientos técnicos avanzados.

Se trabajará el uso de la IA como asistente creativo y técnico: desde la escritura del guion y la generación de voz o avatar, hasta la edición, subtítulo y publicación final.

Contenidos del módulo

1. Storytelling con prompting: cómo escribir guiones que enganchen

- Principios del storytelling corto para redes: estructura AIDA, gancho inicial, ritmo visual y cierre.
- Cómo transformar un texto o briefing en un guion audiovisual visual y narrativo.
- Ejemplos de prompts estructurados.
- Adaptación de tono y formato según plataforma: TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts, LinkedIn Video.
- Ejercicio guiado: escribir 3 versiones del mismo guion con distintos objetivos (awareness, producto, testimonio).

2. La IA como asistente de edición: automatiza la parte técnica

- Introducción a los editores asistidos por IA: cómo acelerar el montaje sin perder calidad.
- Generación automática de subtítulos, cortes y resúmenes con herramientas como:
 - Descript (edición a partir del texto y eliminación de muletillas).
 - Pika Labs o Runway ML (generación de vídeo desde texto o clips).
 - CapCut AI (recortes automáticos, efectos y plantillas para reels).
 - OpusClip (creación de clips cortos virales a partir de vídeos largos).
 - Submagic / Vidyo AI (subtítulos dinámicos con estilo de red social).
- Cómo integrar narración, ritmo y sonido coherente con la marca.
- Mini reto práctico: tomar un vídeo largo (1 minuto +) y crear tres versiones optimizadas para redes con ayuda de IA.

3. Reutilización de contenidos: multiplica tu producción

- Estrategia de **content repurposing con IA**: transformar un webinar o entrevista en múltiples piezas de valor.
- Cómo detectar momentos clave automáticamente (highlights, frases de impacto).
- Herramientas recomendadas.
- Ejemplo guiado: convertir un vídeo de 5 minutos en 5 reels temáticos con CTA diferentes.
- Automatización del flujo: conexión entre Drive Make ChatGPT editor IA.

4. Introducción al vídeo generativo

- Qué es el vídeo generativo y cómo se diferencia de la edición asistida.
- Creación de vídeos con **voz, avatar o animaciones** desde un texto o briefing.
- Herramientas clave:
 - **HeyGen**: avatares realistas multilingües.
 - **Synthesia**: presentadores virtuales con branding propio.
 - **Runway ML / Pika Labs**: generación de escenas o efectos desde texto.
 - **ElevenLabs**: voces naturales personalizadas.
 - **Sora (OpenAI)**: generación de vídeo completa desde texto (concepto y ejemplo).
- Ejercicio guiado: crear un vídeo explicativo de 30 segundos con avatar o voz generada.

5. Optimización y coherencia multicanal

- Cómo adaptar formato, duración y tono a cada red (vertical / horizontal / cuadrado).
- Ajuste del ritmo visual según canal:
 - TikTok: impacto rápido y storytelling emocional.
 - Instagram: estética y consistencia visual.
 - LinkedIn: tono profesional y narrativas con contexto.
 - YouTube Shorts: estructura cíclica, hook y reenganche.
- Inserción automática de branding (logos, paleta, tipografía) mediante plantillas IA.
- Ejemplo práctico: un mismo guion tres versiones (reel, short, story) adaptadas por la IA.



**Las herramientas pueden variar según necesidades y actualizaciones de las mismas.*

Qué gana el alumnado

- Escribir guiones audiovisuales claros y atractivos usando prompting.
- Generar clips, reels y vídeos profesionales con herramientas de IA.
- Optimizar y adaptar piezas a distintos canales de comunicación.
- Integrar voz, avatar o animación generativa en sus contenidos.
- Reutilizar y automatizar la producción de vídeo con eficiencia.
- Aplicar buenas prácticas éticas y legales en contenidos generados por IA.



Taller final y networking. Campaña multicanal con IA: del briefing a la publicación:

Duración: 3 horas

Objetivo general

Integrar los aprendizajes de todos los módulos en una **campaña realista para publicar**, combinando texto, imagen y vídeo generados con IA.

Contenidos taller

1. Briefing inicial

- Elección de una marca, público objetivo y mensaje principal, de manera individual.
- Definición del tono visual y narrativo de la campaña.
- Ejemplo guiado: crear un briefing de producto o evento real.

2. Diseño de la campaña

- Creación guiada de **tres piezas principales**:
 - **Copy principal** (ChatGPT / Claude).
 - **Imagen de campaña** (DALL-E / Midjourney / Leonardo AI).
 - **Vídeo reel** (Runway / HeyGen / CapCut AI).
- Coherencia entre los tres formatos: tono, estilo y ritmo visual.

3. Integración de herramientas

- Conexión de flujos: **ChatGPT Canva Metricool o Make**.
- Automatización de publicación y calendarización de contenidos.
- Revisión del workflow completo para equipos.

4. Presentación y análisis

- Tras las 2 horas, feedback colectivo: qué ha funcionado, qué mejorar y cómo escalarlo.
- Plazo para realizar el ejercicio práctico: 2 semanas. Recibirán feedback del docente.

5. Aplicación profesional

- Cómo replicar la metodología en agencias, marcas personales o equipos de marketing.



- Creación de una plantilla reutilizable de flujo IA + contenidos.

Qué gana el alumnado

- Un **kit de campaña real multicanal**: texto, imagen y vídeo coherentes.
- **Método replicable** para planificar y ejecutar campañas con IA.
- **Confianza y criterio profesional** para integrar IA en su entorno laboral.
- Dominio del proceso completo: **del briefing al posteo final**.