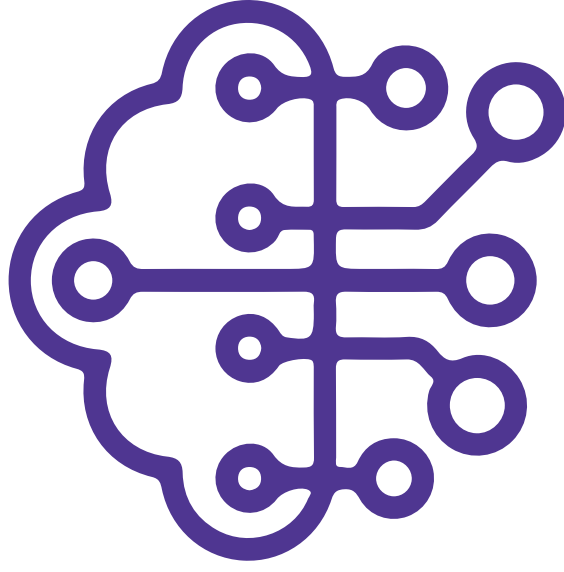
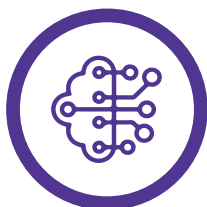


Syllabus

Inteligencia artificial en la comunicación



Consejo de
Comunicación
Todas las voces cuentan



Competencia general

Identificar las herramientas, aplicaciones reales, beneficios y desafíos éticos de la inteligencia artificial, mediante el conocimiento integral sobre su uso, evolución y alcance para su incorporación transparente, crítica y efectiva en el entorno laboral.

1. Introducción a la inteligencia artificial en la comunicación

Objetivo de aprendizaje

Describir el concepto de la inteligencia artificial, su funcionamiento e impacto en los procesos comunicativos.

Temas

1. Fundamentos de la inteligencia artificial

- 1.1.1. Definición y alcance
- 1.2.1. Subcampos relevantes

1.2. Evolución de la inteligencia artificial en la comunicación

- 1.2.1. Hitos históricos
- 1.2.2. Impacto en la comunicación moderna

1.3. Herramientas de la inteligencia artificial en la comunicación

- 1.3.1. Categorías y ejemplos
- 1.3.2. Recomendaciones para comunicadores

1.4. Casos de éxito y efectividad

- 1.4.1. Ejemplos reales
- 1.4.2. Estudios de impacto

1.5. Limitaciones y consideraciones iniciales

- 1.5.1. Desafíos éticos de la IA
- 1.5.2. Retos actuales para comunicadores

Horas

8 horas

2. Inteligencia artificial para la creación de contenidos

Objetivo de aprendizaje

Aplicar herramientas de inteligencia artificial en la generación de contenidos escritos, visuales y multimedia de manera eficiente e innovadora

Temas

2.1. Fundamentos de la generación de contenidos con inteligencia artificial

- 2.1.1. Definición y alcance
- 2.1.2. Evolución histórica

2.2. Marco conceptual para la creación efectiva

- 2.2.1. Clasificación por formato



Temas	<p>2.3. Tipología de herramientas de generación de contenidos</p> <ul style="list-style-type: none">2.3.1. Redacción automatizada2.3.2. Creación visual2.3.3. Producción multimedia <p>2.4. Aplicaciones en la comunicación estratégica</p> <ul style="list-style-type: none">2.4.1. El modelo de los 4 pilares2.4.2. Teoría de la mediación tecnológica <p>2.5. Evidencia empírica y casos de estudio</p> <ul style="list-style-type: none">2.5.1. Resultados clave2.5.2. Casos destacables <p>2.6. Consideraciones éticas</p> <ul style="list-style-type: none">2.6.1. Desafíos éticos2.6.2. Limitaciones técnicas
Horas	12 horas

3. Inteligencia artificial en la comunicación estratégica

Objetivo del aprendizaje	Utilizar la inteligencia artificial en el análisis de datos para la segmentación de audiencias, planificación y optimización de campañas comunicacionales.
--------------------------	--

Temas	<p>3.1. Fundamentos de la inteligencia artificial en la comunicación estratégica</p> <ul style="list-style-type: none">3.1.1. Definición y alcance3.1.2. Bases teóricas <p>3.2. Marco analítico: de los datos a la estrategia</p> <ul style="list-style-type: none">3.2.1. Análisis de audiencias y sentimientos3.2.2. Personalización de mensajes3.2.3. Automatización de procesos <p>3.3. Aplicaciones clave de la inteligencia artificial en la comunicación estratégica</p> <ul style="list-style-type: none">3.3.1. Modelo OSEMN para la inteligencia artificial en comunicación3.3.2. Ejemplo práctico <p>3.4. Evidencia empírica y casos de éxito</p> <ul style="list-style-type: none">3.4.1. Estudios recientes3.4.2. Casos reales
-------	--



Temas	3.5. Limitaciones y desafíos éticos <ul style="list-style-type: none">3.5.1. Definición y alcance3.5.2. Soluciones propuestas3.5.3. Código ético para el uso de IA generativa3.5.4. Guía de prompts éticos para comunicadores
-------	---

Horas	12 horas
-------	----------

4. Ética y futuro de la inteligencia artificial

Objetivo del aprendizaje	Reflexionar sobre los riesgos, desafíos éticos y tendencias futuras de la inteligencia artificial en la profesión.
--------------------------	--

Temas	4.1. Fundamentos de la ética en la inteligencia artificial comunicacional <ul style="list-style-type: none">4.1.1. Definición y relevancia4.1.2. Teorías aplicables a la IA 4.2. Problemáticas éticas específicas <ul style="list-style-type: none">4.2.1. Sesgos y discriminación4.2.2. Deepfakes y desinformación4.2.3. Privacidad y datos 4.3. Marcos normativos y de gobernanza <ul style="list-style-type: none">4.3.1. Iniciativas globales4.3.2. Autorregulación corporativa4.3.3. Herramientas de implementación 4.4. Futuro de la inteligencia artificial en la comunicación <ul style="list-style-type: none">4.4.1. Tendencias tecnológicas4.4.2. Evolución de roles profesionales4.4.3. Escenarios prospectivos 4.5. Marco integrador: ética práctica para comunicadores <ul style="list-style-type: none">4.5.1. Modelo DECIDE4.5.2. Casos de aplicación
-------	--

Horas	8 horas
-------	---------

Total	40 horas
--------------	-----------------