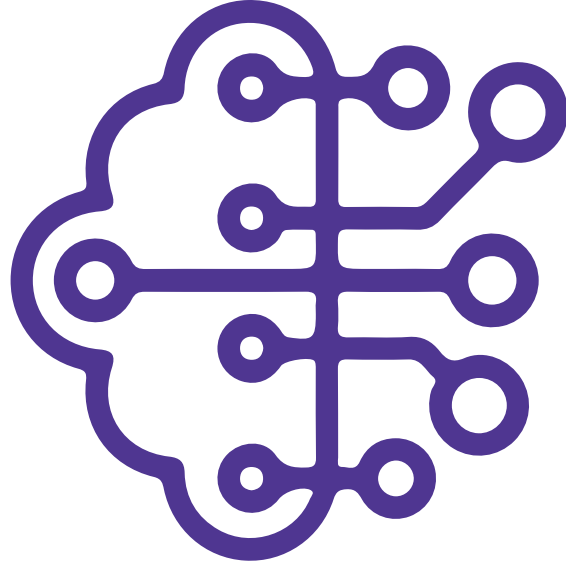
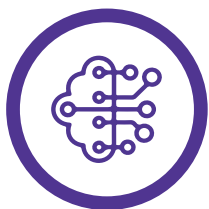


Syllabus

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 del 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 del 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 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
--------------	-----------------