

**Escuela de Educación Profesional
Universidad Nacional de los Comechingones**

Curso de Formación Profesional
**INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y
GESTIÓN DE REDES SOCIALES**

Año: 2024

IDENTIFICACIÓN



Curso: **Taller de herramientas de IA y Gestión de Redes Sociales**

Nivel: **Básico**

Ámbito de referencia: **Comunicación Digital**

Competencia General: **Al finalizar este curso el/la estudiante podrá gestionar las redes sociales de su emprendimiento, gestionar su comunidad digital y crear contenido original para redes sociales, así como utilizar herramientas de IA para agilizar los procesos y adquirir nuevos conocimientos en tendencias digitales para emprendimientos y marcas.**

Destinatarios: **público en general, en especial emprendedores y propietarios/as de marcas.**

DESCRIPCIÓN



En el actual panorama digital, la combinación de inteligencia artificial (IA) y gestión de redes sociales está revolucionando la forma en que las marcas interactúan con sus audiencias y optimizan sus estrategias en línea. Este curso está diseñado para proporcionarte las herramientas y conocimientos necesarios para integrar la IA en la gestión efectiva de redes sociales.

OBJETIVOS



Este curso tiene como objetivo formar profesionales capaces de identificar las necesidades digitales de una marca/institución/empresa y que puedan aprender y potenciar habilidades y aptitudes necesarias para la gestión de comunicaciones digitales, así como adquirir conocimientos sobre herramientas esenciales para el desarrollo de la actividad profesional como Community Manager mediante la utilización de herramientas de Inteligencia Artificial.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Comprender la IA:** Explora los fundamentos de la inteligencia artificial, incluyendo aprendizaje automático, procesamiento del lenguaje natural y análisis predictivo.
- **Aplicar IA en Redes Sociales:** Aprende cómo utilizar herramientas de IA para analizar datos, prever tendencias y mejorar la toma de decisiones en la gestión de redes sociales.
- **Optimización de Contenidos:** Descubre cómo la IA puede ayudarte a crear contenidos personalizados y automatizar publicaciones, mejorando así el engagement y la efectividad de tus campañas.
- **Conocer el rol del Community Manager** y su espacio de trabajo.
- **Gestionar la presencia digital** de las marcas/instituciones/empresas en redes sociales.
- **Diseñar y planificar una estrategia de comunicación digital**, incluyendo creación de contenido, planificación, calendarización y seguimiento de resultados.
- **Manejar las herramientas profesionales** básicas en la gestión de redes sociales.

ALCANCES EN EL ÁMBITO DE REFERENCIA

La evolución de las comunicaciones digitales ha producido un cambio a nivel global en todas las organizaciones existentes, lo cual también se ha extendido al ámbito de la comunicación.

Las redes sociales surgen como el nuevo canal para vincularse entre marcas/instituciones/empresas y personas, humanizando a las primeras para lograr un vínculo fuerte y duradero que conlleve a la fidelización de las segundas. A esto se le suma el auge de las herramientas de inteligencia artificial y sus aplicaciones en la actualidad.

Esta transformación digital ha generado la necesidad de contar con nuevos/as profesionales especializados que sean capaces de:

- Generar estrategias comunicacionales para los canales digitales de las marcas/instituciones/empresas.
- Identificar las necesidades de la comunidad digital de dichas marcas/instituciones/empresas y generar soluciones digitales en base a sus objetivos.
- Planificar un calendario de contenidos.
- Generar contenidos originales para redes sociales.
- Evaluar resultados y métricas en base a los objetivos planteados.
- Identificar y conocer las herramientas profesionales adecuadas para conseguir los resultados deseados en base a los objetivos planteados previamente por la marca/institución/empresa.
- Identificar y conocer las herramientas de IA para agilizar los procesos y aprovechar los beneficios de la inteligencia artificial generativa para el desarrollo de contenido para una marca/institución/empresa, así como para el trabajo previo de investigación y desarrollo de una marca.



CONTENIDOS

Módulo	Descripción	Carga horaria total (horas reloj)
1	Introducción a Redes Sociales e Inteligencia Artificial Generativa	10 hs.
2	Marca	10 hs.
3	Redes Sociales	7 hs.
4	Contenido	13 hs.
5	Herramientas Profesionales para CM	10 hs.
6	Herramientas de Inteligencia Artificial	13 hs.
7	Métricas e Informes	10 hs.
8	Trabajo Final Integrador	13 hs.
Carga horaria		86 hs.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La metodología a implementar en el curso se visualiza como una estrategia didáctica basada en el aprendizaje orientado a proyectos autónomos individuales, buscando la proyección que acerque a las y los estudiantes a su desarrollo profesional y posterior inclusión como trabajador independiente o en relación de dependencia.



DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Consignas en el aula virtual Moodle en base a sus opciones (multiple choice, verdadero o falso, etc.)

- Consignas de participación interactivas en el aula física
- Foros de participación y debate
- Trabajo Final Integrador

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Durante el desarrollo de cada módulo, se realizará una evaluación mediante las diferentes actividades que oportunamente propondrá el docente en el aula virtual/aula física en base a los contenidos de cada

Para finalizar el curso y acceder al certificado, cada estudiante deberá presentar de forma individual o grupal un Trabajo Final Integrador (TFI) que contenga:

- Un calendario de contenidos de 30 días utilizando las herramientas aprendidas en clase. El calendario deberá contar con los elementos que oportunamente requiera el docente en la clase de presentación del TFI.
- Diseño de 5 piezas de contenido, a saber:
 - Reel
 - Storytelling del lanzamiento de un nuevo producto en por lo menos 5 stories, sea en formato video, gráfico o fotográfico
 - Infografía del nuevo producto
 - Slider de por lo menos 5 placas sobre alguno de los contenidos del calendario diseñado
 - Un post en feed con una actividad lúdica para generar interacción entre los usuarios
 - Las y los estudiantes podrán elegir a 1 marca entre 3 opciones que presentará el docente para elaborar el TFI.

La entrega y aprobación del TFI, junto a la entrega de todas las actividades propuestas en tiempo y forma por la cátedra, será requisito obligatorio para la entrega del certificado.

DOCENTE

Emiliano Jorge La Vía, Periodista Profesional con una especialización en Periodismo y Comunicación Digital, Diplomado en Social Media y Comunicaciones Digitales, Diplomado en Prácticas Innovadoras en la Educación Universitaria y actualmente estudiante de la carrera de especialización de posgrado “Especialización en Docencia en Educación Superior” y la Tecnicatura en Gestión Universitaria.

Cuenta con más de 15 años de experiencia en la gestión de redes sociales trabajando para diversas marcas nacionales e internacionales.

En el ámbito docente, es profesor de las cátedras Gestión de Redes Sociales, Introducción al Mundo de las Ciencias Sociales, Taller Hablemos de Ciencia, Pensamiento Científico de la Tecnicatura en Comunicación de las Ciencias de la Universidad Nacional de los Comechingones y del Taller de Semiótica Aplicado al Marketing en la Licenciatura en Artes Visuales de la UNLC.

Además es profesor de la Escuela de Educación Profesional de la UNLC en la cual ha impartido diversos cursos tanto en Tilisarao como en Merlo referidos a la temática de redes sociales y profesor de tres ediciones del Curso de Marketing Digital de Fundación Universidad Axioma.

Finalmente, también ha sido capacitador en la UNLC de cursos y capacitaciones para la comunidad no docente de dicha casa de altos estudios.