

IA para creación de contenidos y community managers



24.Feb - 16.Mar 2026

Cod. 365-26

Mod.:

Streaming Face-to-face

Date

24.Feb - 16.Mar 2026

Location

Bizkaia Aretoa-UPV/EHU

Languages

Spanish

Academic Validity

15 hours

Description

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.

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.

Objectives

Generar ideas y planificar un calendario editorial de manera eficiente utilizando la IA.

Crear copys adaptados a diversas redes sociales (como LinkedIn, Instagram, X, TikTok) manteniendo la coherencia de marca y ajustando el tono con prompts específicos.

Producir elementos visuales, incluyendo imágenes, carruseles y vídeos cortos, utilizando herramientas de IA.

Diseñar y entregar una campaña real con piezas listas para su publicación en diversos canales.

Aplicar técnicas de prompting para la creación de guiones y la generación de subtítulos o resúmenes automáticos para contenido de vídeo.

Organised by



In collaboration with



Program

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.

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 videos 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.

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.

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.

Fechas y lugar de celebración:

Del 24 de febrero al 16 marzo 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 Barandiaran.

Evaluación:

Cuestionarios de preguntas con opción múltiple.

Tareas y ejercicios prácticos.

Entrega trabajo final individual.

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.

Direction



Amaia Paniagua Iglesias

UPV-EHU

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.

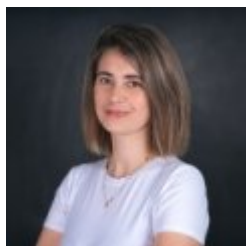


Bárbara Monte Grao

Think On Marketing

Cofundadora y CMO de Think On Marketing. Comencé mi carrera en 1999 en Terra y desde entonces siempre he desarrollado mi carrera en el entorno del Marketing digital desde diferentes primas: agencias creativas y medios de comunicación. Actualmente codirijo la agencia Think On Marketing e imparto clases en diferentes universidades como Deusto, Mondragon Unibertsitatea o EHU. Soy la creadora de la comunidad Think On Woman y la conductora del podcast Think Bites. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Máster en comunicación corporativa y publicitaria. Master en Planificación de medios. Posgrado en Marketing digital.

Teachers



Erika Fernández Cabello

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.



Libe Lombraña Iturregui

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 Mondragon 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.



Xabier Pagola Echániz

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.



Amaia Paniagua Iglesias

UPV-EHU

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.



Nerea Presa Gegúndez

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.



Eider Rodríguez Ordoñez

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 360º, 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.

Registration fees

If the microcredential has already started there will be no refund of the enrolment fee.

REGISTRATION	UNTIL 20-02-2026
Subsidized price	85,93 EUR

INSURANCE	UNTIL 20-02-2026
Mandatory accident insurance (Applies to non-EHU members)	4,00 EUR

Place

Bizkaia Aretoa-UPV/EHU

Avenida Abandoibarra, 3. 48009- Bilbao

Bizkaia