



Títol del curs: Marketing digital i IA: aprendre a crear, comunicar i pensar críticament a internet

Professorat del curs: Vivian Medina Hernández

Dates de realització del curs: 1a setmana, del 29 de juny al 3 de juliol.

Nivells als quals s'adreça: 2n BTX.

Objectius:

- Entendre què és el màrqueting digital i les seves aplicacions.
- Aprendre a crear continguts digitals amb objectius promocionals.
- Conèixer com s'aplica l'IA la comunicació i màrqueting digital.
- Desenvolupar mirada crítica davant xarxes socials i algoritmes.
- Descobrir oportunitats professionals vinculades al sector digital.

Àmbit temàtic: Ciències Socials i Jurídiques

Programa:

Dia 1 – L'ecosistema digital actual

- Introducció al màrqueting digital i la comunicació online.
- Introducció a l'IA en el màrqueting digital
- Funcionament de les xarxes socials i algoritmes.
- Oportunitats professionals del sector digital.
- Debat: beneficis i riscos d'internet i xarxes socials.
- Formació d'equips (3 persones) i elecció d'una marca, projecte o idea (real o fictícia) sobre la qual es desenvoluparà la campanya durant el curs.
- Primera anàlisi del context digital i del posicionament inicial.

Dia 2 – Fonaments del màrqueting digital

- Públic objectiu, segmentació i buyer persona.
- Marca personal i branding digital.
- Estratègies bàsiques de continguts.
- Anàlisi guiada del branding del projecte escollit.



- Definició del públic objectiu i primer plantejament d'una estratègia de continguts.

Dia 3 – Intel·ligència artificial aplicada al màrqueting

- El calendari de continguts: Com s'ha de definir i aplicar
- Possibilitats professionals i límits.
- Reflexió ètica i pensament crític (Riscos, desafius, oportunitats)
- Introducció a eines d'IA generativa (text, imatge, vídeo).
- Disseny d'una proposta de campanya de continguts digitals coherent amb la identitat de marca analitzada (definició de missatges, tipus de continguts i canals principals).
- Implementació de les eines d'IA generativa en un calendari de continguts.
- Ajust de l'estratègia comunicativa del projecte.

Dia 4 – Estratègies en xarxes socials i promoció digital

- Les Xarxes socials: Com funciona cada una i quina estratègia de XXSS és més òptima per a una marca
- Introducció a mètriques i impacte.
- Creació de publicitat a les xarxes: Administrador d'anuncis de Meta
- Desenvolupament final de la campanya digital.

Dia 5 – Presentació de projectes i reflexió crítica

- Presentacions dels projectes.
- Feedback i discussió col·lectiva.

Observacions:

Els alumnes hauran de portar el seu propi ordinador portàtil.

El curs es realitzarà al Campus de Cappont.