



DOSSIER COMUN-IA

CENTRO DE COMUNICACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



FORMACIÓN
APLICADA



INNOVACIÓN
Y TECNOLOGÍA



DATOS Y
ESTRATEGIA



CONEXIÓN
PROFESIONAL



EMPLEABILIDAD
Y FUTURO



UNIVERSITAS
Miguel Hernández



1 Presentación

Comun-IA UMH es el Centro de Comunicación e Inteligencia Artificial de la Universidad Miguel Hernández. Nace como un espacio universitario orientado a la formación aplicada, la innovación profesional y la conexión con empresas en torno a los nuevos perfiles que están emergiendo de la convergencia entre comunicación, inteligencia artificial, marketing digital, contenidos, datos, plataformas y automatización.

El centro parte de una evidencia: la comunicación está viviendo una transformación profunda. La aparición de herramientas de inteligencia artificial generativa, asistentes conversacionales, automatización de procesos, nuevas formas de búsqueda, análisis de datos, plataformas audiovisuales, creación de contenidos con IA y sistemas de medición avanzada está redefiniendo las competencias necesarias para trabajar en comunicación.

Comun-IA UMH se concibe como una respuesta universitaria a ese cambio. Su objetivo no es formar usuarios ocasionales de herramientas tecnológicas, sino profesionales capaces de integrar la inteligencia artificial en procesos reales de

comunicación, reputación, marketing, creación de contenidos, análisis de audiencias, automatización y toma de decisiones.

El centro se convierte en un punto de encuentro entre universidad, empresa y sociedad para impulsar la formación continua, la experimentación aplicada y el desarrollo de nuevas competencias profesionales adaptadas a los desafíos del entorno digital.

Contacto: comun_ia@umh.es

Web: <https://comunia.umh.es/>

Instagram: @comunia_umh

Linkedin: [Comun-IA](#)

Contexto y oportunidad

El mercado laboral global atraviesa una transformación sin precedentes. La confluencia de la inteligencia artificial generativa, la automatización de agentes y la aceleración del cambio tecnológico está redefiniendo qué habilidades tienen valor, qué roles existen y cómo formar a profesionales capaces de adaptarse a los nuevos paradigmas laborales.

Los estudios coinciden en que el perfil profesional del futuro es híbrido, combinando conocimientos técnicos con capacidades humanas como la comunicación, la creatividad, la adaptabilidad y el pensamiento crítico. En entornos cada vez más complejos e inciertos, la capacidad de aprendizaje continuo (*learning agility*) se convierte en un factor diferencial.

LinkedIn, en su informe anual sobre tendencias del talento, identifica como concepto central la denominada *talent velocity*, entendida como la capacidad de las organizaciones para detectar, desarrollar y movilizar competencias en tiempo real. A partir del análisis de más de mil millones de perfiles profesionales y de encuestas a responsables de Recursos Humanos, el informe señala que el 86 % de las empresas carecen de la velocidad de talento necesaria para seguir el ritmo de la transformación tecnológica, mientras que el 93 % de los líderes consideran que las habilidades humanas son hoy más importantes que nunca.

En la misma línea, el Foro Económico Mundial, en su [informe Future of Jobs Report 2025](#), sitúa entre las competencias más demandadas para 2030 la alfabetización tecnológica, el pensamiento creativo, la resiliencia, la flexibilidad y la capacidad de aprendizaje continuo. Asimismo, los informes previos [Future of Jobs Report 2023](#) y

[Future of Jobs Report 2020](#) muestran una evolución consistente en la creciente importancia de las capacidades tecnológicas y humanas como ejes de la empleabilidad futura.

El Foro Económico Mundial plantea además distintos escenarios para 2030 en función del grado de adopción de la inteligencia artificial y de la capacidad de adaptación de la fuerza laboral. Sus conclusiones apuntan a que el factor decisivo para la competitividad de organizaciones y profesionales no es únicamente la tecnología disponible, sino la preparación de las personas para trabajar eficazmente con ella.

Resumen ejecutivo

Las empresas se preparan para un entorno en el que las herramientas y los agentes de inteligencia artificial aumentan continuamente sus capacidades, generando enormes oportunidades. Este nuevo escenario requiere de una fuerza laboral capaz de adaptarse a los cambios y mantenerse en constante evolución. Comun-IA UMH nace para formar a los nuevos profesionales de la comunicación en la era de la inteligencia artificial.

El centro se dirige principalmente a egresados de Periodismo y titulaciones vinculadas a la comunicación, así como a profesionales de comunicación, marketing digital, contenidos, publicidad, redes sociales, reputación, comunicación corporativa, diseño, audiovisual, datos y estrategia digital que quieran incorporar la IA a su perfil profesional.

Su propuesta se articula en torno a microcredenciales, talleres, actividades, espacios de encuentro, formación práctica y colaboración con empresas. La Comisión Europea, en su [Área de Educación](#), define las microcredenciales como certificaciones de resultados de aprendizaje obtenidos mediante experiencias formativas breves, flexibles y orientadas al desarrollo personal y profesional, lo que encaja bien con un centro que busca ofrecer formación modular, aplicada y conectada con necesidades laborales concretas.

Comun-IA UMH quiere ocupar un espacio diferencial: no ser una academia de herramientas, sino un centro universitario de formación profesional avanzada en comunicación e IA.

Su valor está en combinar:

- Conocimiento universitario.
- Formación práctica.
- Herramientas de IA.
- Criterio comunicativo.
- Relación con empresas.
- Orientación profesional.
- Microcredenciales modulares.
- Actualización permanente.

- Nuevos perfiles laborales.

En este contexto, Comun-IA UMH es un referente en la formación de perfiles capaces de:

- Crear contenidos con IA.
- Diseñar estrategias de comunicación digital.
- Producir vídeo, reels, podcast y contenidos para plataformas.
- Optimizar la visibilidad en buscadores, motores generativos y respuestas directas.
- Construir autoridad digital.
- Gestionar reputación y crisis.
- Automatizar procesos de comunicación.
- Trabajar con datos, audiencias y dashboards.
- Desarrollar prototipos mediante IA.

3 Qué es Comun-IA

Su finalidad es formar profesionales capaces de adaptarse al nuevo ecosistema comunicativo, donde la comunicación ya no se limita a redactar, informar, diseñar o publicar, sino que implica también analizar datos, automatizar procesos, gestionar comunidades, construir reputación digital, optimizar la presencia en buscadores y



asistentes de IA, crear contenidos multiplataforma y conectar “la comunicación con objetivos de negocio, servicio público o posicionamiento institucional”.

Por su parte, Coursera identifica el pensamiento crítico y la validación como competencias cada vez más relevantes en un entorno donde la inteligencia artificial asume tareas técnicas y operativas. En este contexto, el profesional ya no actúa únicamente como usuario de herramientas de IA, sino como responsable de interpretar, supervisar y validar sus resultados. Asimismo, Coursera señala que la competencia de mayor crecimiento entre quienes buscan formación en inteligencia artificial generativa es la creación de contenidos, seguida del análisis de imágenes y el uso de prompts multimodales.

Estas tendencias refuerzan la necesidad de formar perfiles capaces de integrar comunicación, creatividad, criterio profesional y tecnología. Precisamente ahí se sitúa Comun-IA UMH. La comunicación es una de las áreas más impactadas por la inteligencia artificial generativa y, al mismo tiempo, una de las que más valor aporta a través de capacidades humanas difíciles de automatizar, como la creación de contenidos, la validación de información, el pensamiento crítico, la construcción de narrativas, la gestión de comunidades y la toma de decisiones basada en datos. Comun-IA UMH nace para responder a esta transformación, formando profesionales capaces de trabajar con flujos de trabajo aumentados por IA en ámbitos como la automatización de procesos, la investigación, el análisis de datos, la producción audiovisual, la creación de contenidos, la gestión de la reputación digital y los sistemas avanzados de medición y análisis.

Comun-IA UMH se sitúa en la intersección de varias áreas:

- Comunicación.
- Periodismo.
- Marketing digital.
- Inteligencia artificial.
- Comunicación corporativa.
- Producción audiovisual.
- Redes sociales.
- Datos y audiencias.
- Automatización.
- Reputación digital.
- Marca personal y corporativa.
- Nuevas plataformas.

- Empleabilidad y desarrollo profesional.

El centro es mucho más que una oferta de cursos, se trata de un proyecto universitario de experimentación y conexión profesional.

Su función principal es formar perfiles capaces de trabajar en un mercado donde la IA está transformando la manera de crear, distribuir, medir y optimizar la comunicación.

Por qué nace Comun-IA

Comun-IA UMH nace porque el sector de la comunicación está cambiando de forma acelerada.

Durante años, el perfil profesional del periodista o comunicador se vinculaba a tareas como escribir, informar, editar, locutar, grabar, producir contenidos o gestionar relaciones con medios. Hoy esas tareas siguen siendo importantes, pero se integran en un ecosistema mucho más complejo. La comunicación actual incorpora:

- Inteligencia artificial generativa.
- Herramientas conversacionales.
- Automatización de procesos.
- Plataformas sociales.
- Podcast y videopodcast.
- Analítica digital.
- Dashboards.
- Segmentación de audiencias.
- Reputación online.
- Gestión de crisis en tiempo real.
- SEO, GEO y AEO.
- Diseño asistido por IA.
- Producción audiovisual automatizada.
- Comunicación corporativa sectorial.
- Marketing automation.
- CRM y customer journeys.
- Vibe coding y prototipado rápido.
- Agentes inteligentes.



5 Objetivos estratégicos

5.1. Formar nuevos profesionales de la comunicación en la era de la IA

El objetivo principal de Comun-IA UMH es formar profesionales capaces de aplicar la inteligencia artificial en tareas reales de comunicación, marketing digital, contenidos, reputación, análisis, automatización y estrategia.

No se trata solo de enseñar herramientas, sino de formar criterio profesional para saber cuándo usarlas, cómo usarlas, con qué límites, con qué objetivos y con qué responsabilidad. Comun-IA combina conocimientos técnicos con habilidades humanas, formando perfiles híbridos capaces de operar en la intersección entre comunicación e inteligencia artificial, especialmente en entornos complejos e inciertos donde las herramientas cambian pero el criterio para usarlas bien sigue siendo humano.

Esto da respuesta a la alta demanda de las empresas de profesionales que sepan qué herramienta aplicar en qué momento, que trabajen con fluidez en equipos donde

la IA forma parte del flujo de trabajo, y que se adapten cuando el entorno tecnológico cambie.

5.2. Crear una oferta flexible de microcredenciales

Comun-IA UMH desarrolla una oferta modular basada en microcredenciales, talleres y programas breves orientados a competencias concretas. Este modelo permite responder con rapidez a necesidades profesionales cambiantes, ya que el mercado de la comunicación y la IA evoluciona más rápido que los planes de estudio tradicionales. Las microcredenciales permiten organizar la formación en bloques acumulables, especializados y orientados a resultados de aprendizaje concretos.

5.3. Conectar comunicación, IA y empleabilidad

Comun-IA UMH tiene una orientación clara a la empleabilidad. No basta con que los participantes aprendan herramientas. Cada línea formativa responde a una pregunta: ¿Qué función profesional puede desempeñar una persona después de esta formación? Por eso, el centro debe vincular cada microcredencial con perfiles profesionales concretos:

- Especialista en vídeo para plataformas.
- Especialista en GEO/AEO.
- Técnico de comunicación corporativa con IA.
- Analista de audiencias digitales.
- Especialista en dashboards de comunicación.
- Automatizador de procesos comunicativos.
- Consultor junior de marca y reputación.
- Especialista en marketing automation.
- Creador de podcast y videopodcast de marca.
- Prototipador de soluciones digitales con IA.
- Gestor de comunidades digitales.
- Responsable de autoridad digital.
- Gestión de proyectos digitales.
- *AI Enablement* (facilitador de la transformación digital)
- *AI Specialist* que sería el equivalente a un orquestador de flujos de trabajo.
- Analista o comunicador de datos.
- Diseñador instruccional
- Especialista en comunicación institucional con IA.

5.4. Acercar la universidad a las necesidades reales de empresas e instituciones

Comun-IA UMH es un punto de encuentro entre universidad, egresados, profesionales y tejido productivo. El centro detecta necesidades de empresas e instituciones, convertirlas en programas formativos y generar perfiles preparados para responder a esas demandas.



Esto es especialmente relevante en sectores que necesitan comunicación especializada:

- Deporte.
- Turismo.
- Moda.
- Sector inmobiliario.
- Retail.
- Administración pública.
- Educación.
- Universidad.
- Empresas tecnológicas.
- Agencias.
- Marketing B2B.
- Comunicación institucional.

5.5. Posicionar a la UMH como referente en comunicación e IA

Comun-IA UMH refuerza el posicionamiento de la Universidad Miguel Hernández como institución capaz de anticipar tendencias y dar respuesta a nuevos escenarios profesionales.

La UMH ya cuenta con actividad académica y formativa vinculada a la inteligencia artificial, como su Grado en Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial, lo que permite

enmarcar Comun-IA dentro de una estrategia universitaria más amplia relacionada con la transformación digital y la IA.

Público destinatario

Comun-IA UMH no se dirige a estudiantes universitarios de grado, aunque estos puedan participar en determinadas actividades si encajan con la oferta.

El público prioritario es otro.

6.1. Egresados de Periodismo y Comunicación Audiovisual

Los egresados de Periodismo y Comunicación Audiovisual constituyen el público principal del centro.

Muchos de ellos se enfrentan a un mercado profesional en transformación, donde el empleo tradicional en medios convive con nuevas oportunidades en comunicación corporativa, marketing digital, contenidos, redes sociales, branded content, reputación, instituciones, agencias, consultoría, analítica, comunicación audiovisual e IA.

Comun-IA UMH puede ofrecerles una vía de formación aplicada para ampliar su perfil profesional y acceder a nuevas funciones.

6.2. Egresados de titulaciones vinculadas a la comunicación

Además de las anteriores, Comun-IA UMH puede dirigirse a egresados de:

- Comunicación Digital.
- Publicidad.
- Relaciones Públicas.
- Diseño y comunicación visual.
- Documentación.
- Información y contenidos digitales.
- Humanidades digitales.
- Titulaciones afines vinculadas a contenidos, cultura, imagen, comunicación o medios.

No se trata de dirigirse a cualquier egresado universitario, sino a aquellos perfiles cuya trayectoria pueda conectarse con comunicación, contenido, marca, audiencias, plataformas, reputación, datos o marketing digital. Aún así, el destinatario es cualquier persona con intereses similares al eje en el que se mueve el centro.

6.3. Profesionales en activo

Comun-IA UMH también se dirige a profesionales que ya trabajan o quieren trabajar en áreas como:

- Comunicación corporativa.
- Marketing digital.
- Redes sociales.
- Comunicación institucional.
- Comunicación interna.
- Agencias de comunicación.
- Agencias de marketing.
- Producción audiovisual.
- Diseño de contenidos.
- Comunicación de marca.
- Reputación online.
- Gabinetes de prensa.
- Emprendimiento digital.

6.4. Empresas e instituciones

Comun-IA UMH les ofrece programas a empresas e instituciones que necesitan incorporar IA a sus procesos de comunicación.

Públicos institucionales y empresariales posibles:

- Departamentos de comunicación.
- Departamentos de marketing.
- Equipos comerciales.
- Gabinetes de prensa.
- Equipos de atención al cliente.
- Áreas de transformación digital.
- Agencias.
- Startups.
- Fundaciones.
- Ayuntamientos.
- Universidades.
- Hospitales.
- Clubes deportivos.
- Empresas turísticas.
- Empresas de moda.
- Promotoras inmobiliarias.
- Retailers.

- Asociaciones empresariales.

Propuesta de valor

La propuesta de valor de Comun-IA UMH se resume así:

Formación aplicada para profesionales de la comunicación, el marketing digital y los contenidos que necesitan incorporar inteligencia artificial, automatización, datos y estrategia digital a su perfil profesional.

Comun-IA UMH no se define como un centro para aprender herramientas aisladas. Las herramientas cambian, aparecen y desaparecen. Lo que permanece es el criterio profesional.

Por eso, la propuesta de valor se apoya en cinco elementos.

7.1. Herramientas de IA como medio, no como fin

Comun-IA UMH debe incorporar herramientas actuales de inteligencia artificial, pero sin quedar atrapado en ellas.

Las herramientas deben aparecer como ejemplos de trabajo profesional.

Herramientas conversacionales y de generación textual

- ChatGPT.
- Claude.
- Gemini.
- Microsoft Copilot.
- Perplexity.
- NotebookLM.
- Le Chat.
- Poe.
- You.com.
- Grok.

ChatGPT incorpora capacidades como análisis de datos, carga de archivos, generación de imágenes, navegación web, voz y trabajo con documentos, según las funciones disponibles por plan y configuración. ([OpenAI Help Center](#))

Gemini se integra en Google Workspace y puede ayudar a resumir, analizar y generar contenido dentro de aplicaciones como Gmail, Docs, Sheets o Meet. ([Google Workspace Help](#))

Microsoft 365 Copilot integra asistencia de IA en aplicaciones como Word, Excel, PowerPoint, Outlook, Teams y otros servicios del ecosistema Microsoft 365. ([Office](#))

Herramientas de búsqueda, documentación y verificación

- Perplexity.
- Google AI Mode / AI Overviews.
- NotebookLM.
- Elicit.
- Consensus.
- Scite.
- Semantic Scholar.
- Google Scholar.
- Factiveverse.
- Full Fact.
- Maldita.es como referencia de verificación en contexto español.
- Newtral como referencia de verificación en contexto español.

Perplexity [se presenta](#) como un motor de respuestas con IA que ofrece respuestas conversacionales respaldadas por fuentes verificables y enlaces a fuentes originales. (Perplexity AI)

Herramientas de diseño y creatividad visual

- Canva.
- Adobe Express.
- Adobe Firefly.
- Midjourney.
- DALL-E.
- Ideogram.
- Leonardo AI.
- Freepik AI.
- Krea.
- Magnific.
- Stable Diffusion.
- Runway.
- Luma.
- Pika.
- Kling.

- CapCut.
- Descript.

Canva ha incorporado herramientas de IA para generar diseños, elementos, plantillas, contenidos visuales y código dentro de su propio entorno creativo. ([Canva](#))

Herramientas de creación de contenido formativo:

- Articulate
- Vyond
- Canva
- Camtasia
- Adobe
- Genially
- Nearpod
- Prezi

Herramientas de audio, vídeo y producción multimedia

- Descript.
- ElevenLabs.
- Runway.
- Pika.
- Luma.
- CapCut.
- Riverside.
- StreamYard.
- OBS.
- OpusClip.
- VEED.
- Adobe Premiere con funciones IA.
- DaVinci Resolve con funciones IA.
- Audition.
- Podcastle.

Herramientas de automatización y agentes

- Make.
- Zapier.
- n8n.
- Microsoft Power Automate.
- Google Apps Script con Gemini.
- OpenAI Assistants/API.

- LangChain.
- CrewAI.
- Flowise.
- Botpress.
- Manychat.
- HubSpot workflows.
- ActiveCampaign.
- Mailchimp.
- Brevo.

Herramientas de datos, analítica y dashboards

- Google Analytics 4.
- Looker Studio.
- Power BI.
- Tableau.
- Excel con Copilot.
- Google Sheets con Gemini.
- Airtable.
- Notion.
- HubSpot.
- Metricool.
- Semrush.
- Ahrefs.
- Screaming Frog.
- Similarweb.
- Hotjar.
- Microsoft Clarity.

Herramientas de desarrollo asistido y vibe coding

- Antigravity
- Claude Code
- Cursor.
- Replit.
- GitHub Copilot.
- Lovable.
- Bolt.
- v0.
- Windsurf.
- Firebase Studio.
- Claude Artifacts.

- ChatGPT Codex.
- Codeium.

[Replit](#) permite crear aplicaciones y sitios web mediante instrucciones en lenguaje natural, y Cursor se presenta como un entorno de desarrollo orientado al trabajo con IA y agentes de programación.

La idea no es convertir a un periodista en ingeniero de software, sino formar comunicadores capaces de prototipar soluciones, crear landing pages, automatizar flujos, diseñar asistentes básicos y dialogar mejor con equipos técnicos.

7.2. Orientación a empresa y empleabilidad

Comun-IA UMH debe hablar el lenguaje de las empresas.

Las empresas no siempre buscan “periodistas” en sentido clásico. Buscan personas que sepan:

- Comunicar bien.
- Crear contenidos.
- Entender audiencias.
- Usar herramientas digitales.
- Medir resultados.
- Automatizar tareas.
- Gestionar marca.
- Mejorar reputación.
- Convertir contenidos en oportunidades.
- Explicar productos y servicios.
- Trabajar con datos.
- Adaptarse a tecnologías nuevas.
- Coordinar proyectos.

Aquí está la oportunidad de Comun-IA: formar perfiles comunicativos con capacidad tecnológica y orientación a resultados.



Líneas formativas y microcredenciales

A partir del borrador de microcredenciales, la oferta inicial de Comun-IA UMH puede organizarse en ocho grandes líneas formativas.

El listado contiene 45 microcredenciales:

- 19 de la fase 1.
- 15 de la fase 2.
- 11 de la fase 3.

Línea 1. Inteligencia artificial generativa y productividad profesional

Esta línea constituye la base del centro. Su objetivo es formar a profesionales capaces de utilizar modelos generativos, asistentes conversacionales y herramientas de IA en tareas reales de comunicación, análisis, documentación, creación y productividad.

Microcredenciales vinculadas

Prioridad 1

- Prompting.
- ChatGPT.
- Gemini.
- Claude.
- Agentes y automatizaciones.

Prioridad 2

- Procesamiento de documentos.
- Búsqueda avanzada de información.
- Canva.
- Automatización de correo electrónico.

Prioridad 3

- Project management para marketing y comunicación.

Competencias principales

- Diseñar prompts eficaces.

- Generar, revisar y adaptar textos.
- Analizar documentos.
- Sintetizar información.
- Automatizar tareas repetitivas.
- Crear flujos de trabajo.
- Integrar IA en productividad diaria.
- Verificar respuestas.
- Trabajar con fuentes.
- Aplicar criterios éticos.
- Diseñar asistentes o agentes básicos.
- Usar IA en documentos, hojas de cálculo, presentaciones, correos y procesos internos.

Herramientas de ejemplo

- ChatGPT.
- Claude.
- Gemini.
- Microsoft Copilot.
- Perplexity.
- NotebookLM.
- Canva.
- Notion AI.
- Zapier.
- Make.
- n8n.
- Power Automate.
- Google Workspace con Gemini.
- Microsoft 365 Copilot.

Perfiles profesionales asociados

- Especialista en IA aplicada a comunicación.
- Técnico de productividad con IA.
- Asistente de comunicación aumentada.
- Formador en IA generativa.
- Consultor junior de adopción de IA.
- Automatizador de procesos comunicativos.
- Documentalista digital con IA.
- Especialista en prompting aplicado.

Línea 2. Contenidos digitales, vídeo y creación para plataformas

Esta línea responde a una tendencia evidente: la comunicación se ha vuelto audiovisual, móvil, breve, multiplataforma y altamente competitiva.

El vídeo vertical, los reels, los clips, el videopodcast, el streaming, los motion graphics y la edición ágil son hoy competencias centrales para comunicadores y marcas.

Microcredenciales vinculadas

Prioridad 1

- Vídeo para plataformas digitales.
- Imágenes para redes.
- Creación de reels.

Prioridad 2

- Producción de videopodcast.
- Hablar frente a la cámara.
- Storytelling.
- Edición de vídeo.
- Streaming.
- Canva.

Prioridad 3

- Podcast de marca.
- Diseño gráfico.
- Motion graphics.
- Procesamiento de audio.
- Presentaciones eficaces.

Competencias principales

- Planificar guiones creativos.
- Grabar con dispositivos móviles.
- Crear vídeos verticales y horizontales.
- Editar clips para redes.
- Diseñar imágenes para plataformas.
- Generar recursos visuales con IA.
- Crear podcasts y videopodcasts.
- Hablar frente a cámara.
- Diseñar presentaciones eficaces.

- Usar subtítulo automático.
- Mejorar audio con IA.
- Crear piezas visuales coherentes con una marca.
- Distribuir contenido en plataformas.

Herramientas de ejemplo

- CapCut.
- Canva.
- Adobe Express.
- Premiere.
- DaVinci Resolve.
- Runway.
- Pika.
- Luma.
- Descript.
- ElevenLabs.
- Riverside.
- StreamYard.
- OBS.
- OpusClip.
- VEED.
- Midjourney.
- DALL-E.
- Ideogram.
- Freepik AI.
- Krea.

Perfiles profesionales asociados

- Creador de contenidos para plataformas.
- Especialista en vídeo vertical.
- Editor de vídeo para redes.
- Productor de videopodcast.
- Responsable de contenidos audiovisuales.
- Creador de podcast de marca.
- Diseñador de contenidos visuales con IA.
- Especialista en presentaciones y comunicación visual.
- Técnico de streaming.
- Especialista en storytelling audiovisual.

Línea 3. Visibilidad, autoridad y reputación digital

Aquí se integran GEO, AEO, SEO, autoridad digital, reputación, branding y comunidades.

No debe presentarse como un bloque exclusivamente técnico. Se trata de formar profesionales capaces de lograr que marcas, empresas, instituciones y personas sean visibles, comprensibles, fiables y reconocibles en entornos digitales y sistemas de IA.

Microcredenciales vinculadas

Prioridad 1

- GEO y AEO.

Prioridad 2

- Plan de comunicación de redes.
- Branding corporativo y personal.
- Estrategia de marca.
- Diseño estratégico de comunidades.

Prioridad 3

- Gestión de riesgos y crisis.
- Comunicación interna.
- Marketing B2B.

Competencias principales

- Entender la evolución del SEO al GEO y AEO.
- Optimizar contenidos para buscadores y sistemas generativos.
- Mejorar la autoridad digital.
- Construir reputación online.
- Diseñar estrategias de marca.
- Crear comunidades.
- Gestionar crisis digitales.
- Auditar presencia digital.
- Mejorar perfiles profesionales.
- Diseñar contenidos que generen confianza.
- Usar datos estructurados.
- Trabajar la coherencia entre web, redes, medios, contenidos y fuentes externas.

El concepto de GEO se ha planteado académicamente como un marco para mejorar la visibilidad del contenido en respuestas generadas por motores generativos. ([arXiv](#))

Ahora bien, conviene no vender GEO como sustituto absoluto del SEO. Google afirma que las buenas prácticas SEO siguen siendo relevantes para funciones como AI Overviews y AI Mode, aunque la búsqueda se está enriqueciendo con respuestas generadas por IA y técnicas como el *query fan-out*. ([Google for Developers](#))

Los datos estructurados también siguen siendo relevantes porque ayudan a Google a comprender mejor el contenido de una página y su significado. ([Google for Developers](#))

Herramientas de ejemplo

- Google Search Console.
- Google Analytics 4.
- Semrush.
- Ahrefs.
- Screaming Frog.
- Schema.org.
- Rich Results Test.
- Perplexity.
- ChatGPT.
- Gemini.
- Claude.
- Similarweb.
- Metricool.
- Brandwatch.
- Talkwalker.
- Mention.
- Hootsuite.
- HubSpot.
- LinkedIn.
- WordPress.
- Webflow.

Perfiles profesionales asociados

- Especialista en SEO/GEO/AEO.
- Responsable de autoridad digital.
- Consultor junior de reputación online.
- Especialista en marca personal.
- Estratega de contenidos digitales.

- Community strategist.
- Técnico de comunicación de crisis.
- Especialista en posicionamiento de marca.
- Responsable de visibilidad en IA.
- Gestor de reputación digital.

Línea 4. Comunicación corporativa sectorial

Esta es una de las líneas más potentes del proyecto porque permite conectar Comun-IA UMH con sectores económicos concretos.

La comunicación corporativa ya no puede ser genérica. Cada sector tiene sus públicos, riesgos, canales, lenguaje, reputación, crisis y oportunidades.

Microcredenciales vinculadas

Prioridad 1

- Comunicación corporativa para la salud.
- Comunicación corporativa para el deporte.
- Comunicación corporativa para el turismo.
- Comunicación corporativa para la moda.
- Comunicación corporativa para el sector inmobiliario.
- Comunicación corporativa para retail.

Prioridad 2

- Plan de comunicación de redes.
- Estrategia de marca.
- Branding corporativo y personal.

Prioridad 3

- Gestión de riesgos y crisis.
- Comunicación interna.
- Presentaciones eficaces.

Competencias comunes

- Definir identidad de marca.
- Adaptar mensajes a públicos específicos.
- Redactar notas de prensa y comunicados.

- Usar IA generativa para borradores.
- Diseñar campañas sectoriales.
- Gestionar reputación.
- Preparar portavocía.
- Actuar ante crisis.
- Coordinar medios y líderes de opinión.
- Crear contenidos para redes.
- Medir impacto.

Verticales sectoriales

Salud

Comunicación con pacientes, reputación sanitaria, portavocía médica, crisis, comunicación clara, canales digitales y contenidos sensibles.

Deporte

Identidad de clubes y deportistas, patrocinio, relación con medios, redes sociales, reputación, crisis y construcción de comunidad.

Turismo

Marca de destino, reputación en plataformas, campañas estacionales, storytelling territorial, crisis y experiencia del visitante.

Moda

Identidad visual, tendencias, relación con medios, influencers, campañas visuales, reputación y posicionamiento de marca.

Inmobiliario

Branding inmobiliario, contenido visual, comunicación comercial, confianza, reputación, crisis y captación de leads.

Retail

Experiencia omnicanal, campañas comerciales, contenidos con IA, reputación, fidelización y comunicación promocional.

Herramientas de ejemplo

- ChatGPT.
- Claude.

- Gemini.
- Canva.
- Midjourney.
- DALL-E.
- Metricool.
- HubSpot.
- Mailchimp.
- Google Analytics 4.
- Looker Studio.
- Hootsuite.
- Brandwatch.
- Notion.
- Trello.
- Asana.
- Microsoft Copilot.
- PowerPoint con Copilot.
- Excel con Copilot.

Perfiles profesionales asociados

- Técnico de comunicación corporativa con IA.
- Especialista en comunicación sanitaria.
- Responsable de comunicación deportiva.
- Técnico de comunicación turística.
- Especialista en comunicación de moda.
- Responsable de comunicación inmobiliaria.
- Especialista en comunicación para retail.
- Consultor junior de reputación sectorial.
- Técnico de comunicación de crisis.
- Responsable de comunicación interna.

Línea 5. Datos, audiencias, analítica y toma de decisiones

Esta línea es esencial para que Comun-IA UMH no se limite a la creación de contenidos.

El mercado necesita profesionales que sepan comunicar, pero también medir, interpretar y justificar resultados.

Microcredenciales vinculadas

Prioridad 1

- Tratamiento de hojas de cálculo.
- Analítica digital.
- Optimización de la conversión.

Prioridad 3

- Visualización de datos.

También se relaciona con:

- Plan de comunicación de redes.
- Diseño estratégico de comunidades.
- Marketing B2B.
- Project management para marketing y comunicación.

Competencias principales

- Limpiar y organizar datos.
- Trabajar con hojas de cálculo.
- Crear fórmulas y automatizaciones.
- Definir KPIs.
- Usar Google Analytics 4.
- Crear dashboards.
- Medir audiencias.
- Analizar embudos.
- Detectar puntos de fuga.
- Diseñar tests A/B.
- Interpretar resultados.
- Presentar informes ejecutivos.
- Hacer storytelling con datos.
- Usar IA para interpretar informes.

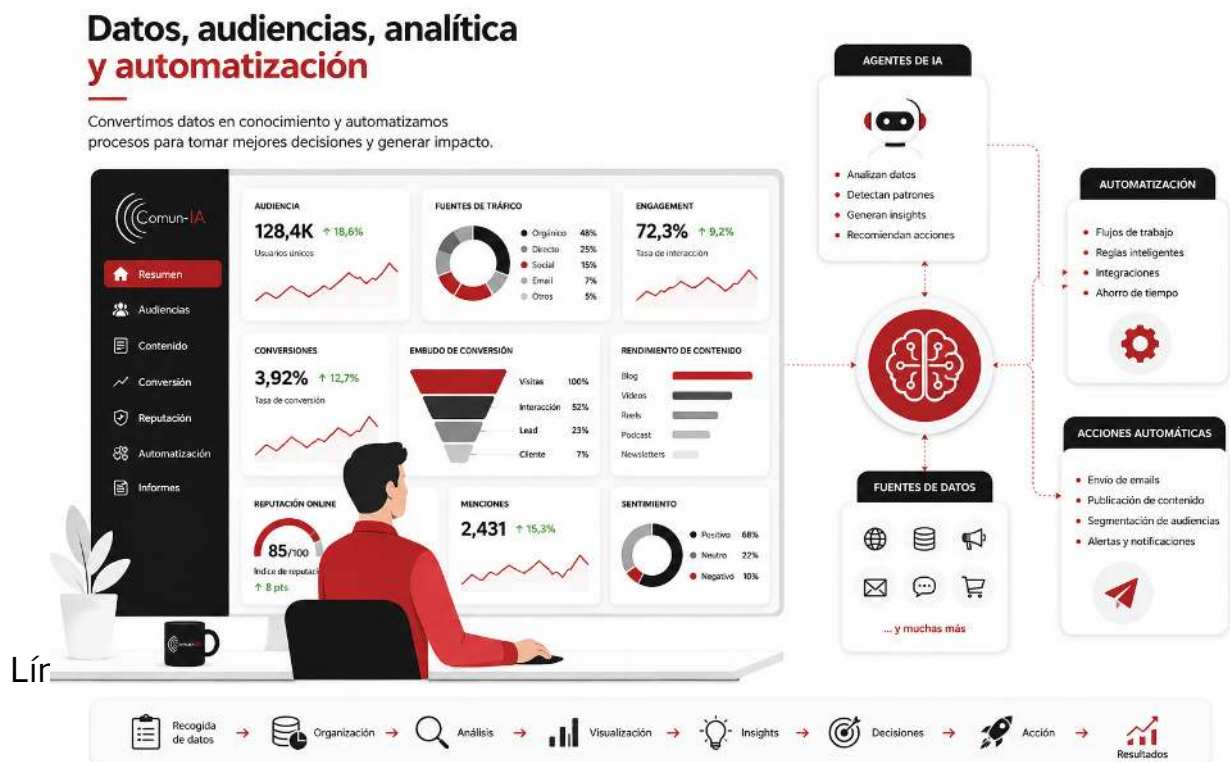
Herramientas de ejemplo

- Excel.
- Google Sheets.
- Microsoft Copilot.
- Gemini en Sheets.
- Google Analytics 4.
- Looker Studio.
- Power BI.
- Tableau.
- Hotjar.

- Microsoft Clarity.
- HubSpot.
- Semrush.
- Ahrefs.
- Metricool.
- Airtable.
- Notion.
- ChatGPT Data Analysis.
- Claude.
- Python básico asistido por IA.

Perfiles profesionales asociados

- Analista de audiencias.
- Técnico de reporting.
- Especialista en dashboards.
- Analista de comunicación digital.
- Especialista en conversión.
- Técnico de CRO.
- Responsable de métricas de contenido.
- Especialista en comunicación con datos.
- Consultor junior de analítica digital.
- Técnico de informes ejecutivos.



Esta línea es una de las más diferenciales de Comun-IA UMH.

La IA no solo ayuda a escribir o diseñar. También permite automatizar tareas, construir asistentes, conectar herramientas y crear prototipos funcionales sin necesidad de ser programador avanzado.

Microcredenciales vinculadas

Fase 1

- Vibecoding.
- Agentes y automatizaciones.

Fase 2

- Procesamiento de documentos.
- Automatización de correo electrónico.
- Estrategia de producto.

Fase 3

- Liderazgo desde la estrategia de producto.
- Project management para marketing y comunicación.

Competencias principales

- Crear apps sencillas mediante lenguaje natural.
- Usar Cursor, Replit y herramientas similares.
- Diseñar prototipos de comunicación.
- Automatizar flujos de trabajo.
- Crear asistentes o agentes básicos.
- Conectar formularios, hojas de cálculo, emails y bases de datos.
- Automatizar campañas.
- Procesar documentos.
- Extraer información clave.
- Diseñar productos digitales sencillos.
- Planificar roadmaps.
- Gestionar proyectos con metodologías ágiles.
- Comunicar funcionalidades a stakeholders.

Herramientas de ejemplo

- Antigravity
- Cursor.

- Replit.
- GitHub Copilot.
- Lovable.
- Bolt.
- v0.
- Windsurf.
- Firebase Studio.
- Make.
- Zapier.
- n8n.
- Power Automate.
- Airtable.
- Notion.
- Google Apps Script.
- OpenAI API.
- Claude.
- ChatGPT.
- LangChain.
- CrewAI.
- Botpress.
- Flowise.

Perfiles profesionales asociados

- Prototipador de soluciones digitales con IA.
- Automatizador de procesos de comunicación.
- Especialista en agentes para comunicación.
- Técnico de marketing automation.
- Product strategist junior.
- Project manager para comunicación digital.
- Consultor funcional junior.
- Diseñador de flujos de trabajo con IA.
- Responsable de automatización documental.
- Creador de herramientas internas para comunicación.

Línea 7. Marketing digital, conversión y negocio

Esta línea permite conectar Comun-IA UMH con el negocio digital.

Muchas oportunidades laborales para egresados de comunicación no están en medios tradicionales, sino en departamentos de marketing, agencias, startups,

consultoras, empresas tecnológicas, ecommerce, B2B, SaaS, educación, salud, turismo, inmobiliario o retail.

Microcredenciales vinculadas

Fase 1

- Optimización de la conversión.
- Analítica digital.
- Tratamiento de hojas de cálculo.

Fase 2

- Copywriting.
- Automatización de correo electrónico.
- Estrategia de producto.
- Estrategia de marca.
- Plan de comunicación de redes.
- Diseño estratégico de comunidades.

Fase 3

- Marketing B2B.
- Project management para marketing y comunicación.
- Liderazgo desde la estrategia de producto.

Competencias principales

- Diseñar embudos de conversión.
- Crear landing pages.
- Redactar copy persuasivo.
- Automatizar emails.
- Segmentar audiencias.
- Trabajar con CRM.
- Diseñar customer journeys.
- Crear campañas B2B.
- Optimizar LinkedIn.
- Nutrir leads.
- Medir ROI.
- Analizar KPIs.
- Diseñar propuestas de producto.
- Comunicar roadmaps.
- Coordinar campañas.

Herramientas de ejemplo

- HubSpot.
- Mailchimp.
- ActiveCampaign.
- Brevo.
- Salesforce.
- Pipedrive.
- Google Analytics 4.
- Looker Studio.
- Hotjar.
- Microsoft Clarity.
- Semrush.
- Ahrefs.
- LinkedIn Sales Navigator.
- Canva.
- ChatGPT.
- Claude.
- Gemini.
- Notion.
- Airtable.
- Make.
- Zapier.

Perfiles profesionales asociados

- Especialista en marketing automation.
- Copywriter con IA.
- Técnico de conversión.
- Especialista en campañas B2B.
- Responsable de contenidos para embudo de ventas.
- Técnico de CRM y customer journey.
- Customer success junior.
- Pre-sales orientado a comunicación.
- Product marketing junior.
- Project manager de campañas.
- Consultor junior de negocio digital.

Línea 8. Marca personal, liderazgo comunicativo y comunidad profesional

La IA aumenta la productividad, pero no sustituye la necesidad de profesionales capaces de hablar bien, liderar, presentar, persuadir, explicar, generar confianza y construir comunidad.

Esta línea refuerza la dimensión humana de Comun-IA UMH.

Microcredenciales vinculadas

Prioridad 2

- Hablar frente a la cámara.
- Storytelling.
- Branding corporativo y personal.
- Diseño estratégico de comunidades.

Prioridad 3

- Presentaciones eficaces.
- Comunicación interna.
- Liderazgo desde la estrategia de producto.
- Podcast de marca.

Competencias principales

- Construir marca personal.
- Mejorar presencia ante cámara.
- Crear relatos.
- Comunicar ideas complejas.
- Presentar proyectos.
- Liderar conversaciones.
- Moderar comunidades.
- Diseñar narrativas de marca.
- Crear confianza.
- Gestionar feedback.
- Comunicar roadmaps.
- Representar una organización.
- Diseñar contenidos de liderazgo.

Herramientas de ejemplo

- LinkedIn.
- Canva.

- ChatGPT.
- Claude.
- Gemini.
- Descript.
- CapCut.
- Riverside.
- StreamYard.
- Notion.
- PowerPoint.
- Microsoft Copilot.
- Gamma.
- Beautiful.ai.
- Pitch.
- ElevenLabs.
- Podcastle.

Perfiles profesionales asociados

- Especialista en marca personal.
- Comunicador ejecutivo.
- Responsable de comunidad.
- Creador de podcast de marca.
- Presentador corporativo.
- Formador en comunicación con IA.
- Responsable de comunicación interna.
- Facilitador de comunidades profesionales.
- Estratega de storytelling.
- Consultor junior de liderazgo comunicativo.

Línea 9. Formación digital y creación de contenido formativo.

Esta línea forma a profesionales capaces de diseñar, producir y gestionar contenido formativo digital en entornos corporativos, educativos e institucionales.

Microcredenciales vinculadas

Prioridad 1

- Diseño instruccional con IA.
- Producción de cursos e-learning.
- Vídeo formativo y microlearning.

Prioridad 2

- Animación y vídeo explicativo con IA.
- Evaluación y métricas de aprendizaje.

- Facilitación de formación en directo.

Prioridad 3

- Gestión de plataformas LMS.
- Narración con voz sintética.
- Gamificación aplicada a la formación.

Competencias principales

- Diseñar itinerarios de aprendizaje.
- Estructurar contenido formativo.
- Producir cursos e-learning.
- Crear vídeos formativos y píldoras de microlearning.
- Aplicar principios de diseño instruccional.
- Usar IA para generar y adaptar contenidos.
- Evaluar la efectividad de la formación.
- Gestionar plataformas de aprendizaje.
- Adaptar contenidos a distintos formatos y audiencias.
- Narrar y locutar con herramientas de voz sintética.
- Diseñar actividades interactivas y de evaluación.
- Facilitar sesiones formativas en directo y en diferido.
- Gestionar proyectos de formación corporativa.

Herramientas de ejemplo

- Articulate 360 (Storyline + Rise)
- Vyond
- Camtasia
- Adobe Captivate
- Canva Magic Studio
- ChatGPT / Claude / Gemini
- ElevenLabs
- H5P
- Genially
- Kahoot
- Moodle

Perfiles profesionales asociados

- Diseñador instruccional con IA.
- Productor de contenido formativo digital.
- Especialista en e-learning y microlearning.
- Creador de vídeo formativo.

- Gestor de plataformas LMS.
- Consultor de formación corporativa.
- Facilitador de aprendizaje digital.
- Especialista en evaluación del aprendizaje.
- Animador de contenido explicativo.
- Responsable de cultura de aprendizaje.

Relación con empresas

Las empresas se preparan para un futuro en el que las herramientas y los agentes de inteligencia artificial vayan aumentando sus capacidades, generando oportunidades. Esto abre un espacio estratégico para un centro universitario como Comun-IA, un espacio donde comunicación e inteligencia artificial se unen para impulsar la innovación y liderar la transformación del sector. Un proyecto pensado para profesionales que puedan operar en entornos reales de transformación tecnológica y que sean capaces de trabajar con herramientas de IA y adaptarse a los cambios constantes.

La relación con empresas es uno de los pilares de Comun-IA UMH.

El centro escucha al tejido productivo, detecta necesidades, y transforma esas necesidades en formación y oportunidades, con el objetivo de generar perfiles útiles para empresas e instituciones.

Objetivos de la relación con empresas

- Identificar competencias demandadas.
- Diseñar formación conectada con necesidades reales.
- Incorporar casos prácticos.
- Invitar a profesionales externos.
- Desarrollar retos de empresa.
- Generar proyectos aplicados.
- Facilitar networking.
- Crear itinerarios formativos sectoriales.
- Estudiar oportunidades de empleabilidad.
- Diseñar formación a medida.

- Vincular microcredenciales con certificaciones tecnológicas.
- Conectar con partners tecnológicos.

Empresas e instituciones potencialmente interesadas

- Agencias de comunicación.
- Agencias de marketing.
- Departamentos de comunicación.
- Departamentos de marketing.
- Empresas tecnológicas.
- Consultoras.
- Medios digitales.
- Productoras.
- Startups.
- Hospitales y entidades sanitarias.
- Clubes deportivos.
- Empresas turísticas.
- Empresas de moda.
- Inmobiliarias.
- Retailers.
- Administraciones públicas.
- Universidades.
- Fundaciones.
- Asociaciones empresariales.

Modalidades de colaboración

- Charlas profesionales.
- Talleres con empresas.
- Retos reales.
- Casos prácticos.
- Programas de formación a medida.
- Certificaciones.
- Prácticas o proyectos.
- Mentorización.
- Eventos sectoriales.
- Demostraciones de herramientas.
- Participación en diseño curricular.
- Evaluación de portfolios.
- Detección de talento.

Comun-IA UMH quiere ser un puente entre la universidad y las empresas que necesitan incorporar inteligencia artificial, contenidos digitales, automatización, datos y estrategia a sus procesos de comunicación.



9.1. Red de colaboración y networking

Comun-IA UMH ha desarrollado una amplia red de contactos y colaboración con entidades de distintos ámbitos sociales, empresariales, institucionales y mediáticos. Esta red se ha consolidado a través de actividades de divulgación, formación, intercambio de conocimiento, participación en eventos, proyectos colaborativos y otras iniciativas relacionadas con la comunicación, la transformación digital y la inteligencia artificial.

Entre las entidades con las que Comun-IA UMH mantiene o ha mantenido vínculos se encuentran:

- Ayuntamiento de Elche, administración pública comprometida con la innovación y la transformación digital.
- Dircom Comunitat Valenciana y Región de Murcia, asociación de referencia para los profesionales de la comunicación corporativa e institucional.
- Google, compañía líder en el desarrollo y aplicación de tecnologías de inteligencia artificial.

- Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV), principal organización representativa del tejido empresarial valenciano.
- Jovempa Elche y Comarca, asociación que conecta a emprendedores y empresas innovadoras del territorio.
- Hosbec, entidad de referencia en el sector turístico y hotelero.
- AETE (Asociación de Empresas Turísticas de Elche), representante del ecosistema turístico local.
- Federación de Obras Públicas de Alicante (FOPA), organización representativa del sector de las infraestructuras y la construcción.
- Fundación para la Promoción de la Ingeniería Agronómica, entidad orientada a la innovación y la transferencia de conocimiento en el ámbito agroalimentario.
- Vocento, uno de los principales grupos de comunicación de España.
- La Voz de Galicia, medio de comunicación con una destacada trayectoria en innovación periodística.

La diversidad de esta red permite a Comun-IA UMH conectar con profesionales, directivos, empresas, administraciones públicas, asociaciones sectoriales y medios de comunicación especialmente interesados en los desafíos y oportunidades que plantea la inteligencia artificial. Esta capacidad de conexión facilita tanto la difusión de resultados como la identificación de colaboradores, participantes y espacios de experimentación para el desarrollo de proyectos de investigación, formación y transferencia.

Más allá de las entidades ya vinculadas, Comun-IA UMH mantiene una vocación abierta a la incorporación de nuevos colaboradores que compartan el interés por impulsar la innovación, la formación y la aplicación responsable de la inteligencia artificial en el ámbito de la comunicación y la transformación digital.

Forma parte de la red de Comun-IA UMH

Trabajamos junto a empresas, instituciones, asociaciones profesionales, administraciones públicas y medios de comunicación para impulsar el conocimiento y la aplicación responsable de la inteligencia artificial.

Si tu organización está interesada en colaborar en actividades formativas, proyectos, eventos, investigación aplicada o iniciativas de transferencia de conocimiento, estaremos encantados de explorar nuevas vías de colaboración.

Contacto: comun_ia@umh.es

Coworking y actividades

Comun-IA UMH es también un espacio vivo.

No se percibe solo como un catálogo de microcredenciales. Es un lugar donde “profesionales, egresados, empresas, docentes y expertos puedan encontrarse, trabajar, aprender y generar proyectos”.

Funciones del espacio Comun-IA

- Formación práctica.
- Encuentro profesional.
- Coworking.
- Talleres.
- Laboratorios de contenido.
- Demostraciones de herramientas.
- Networking.
- Presentación de proyectos.
- Encuentros con empresas.
- Sesiones de actualización.
- Actividades de comunidad.
- Grabación de contenidos.
- Experimentación con IA.
- Acompañamiento de portfolios.

Actividades

- Talleres de IA para comunicadores.
- Sesiones “herramienta de la semana”.
- Laboratorios de reels.

- Laboratorios de videopodcast.
- Clínicas de marca personal.
- Auditorías de autoridad digital.
- Retos GEO/AEO.
- Hackathones de comunicación con IA.
- Jornadas de comunicación sectorial.
- Encuentros con egresados.
- Presentaciones de empresas.
- Demo days.
- Sesiones de portfolio.
- Desayunos profesionales.
- Seminarios de reputación y crisis.
- Talleres de dashboards.
- Jornadas de automatización.
- Laboratorios de agentes.

COMUNIA UMH, UN ESPACIO PARA APRENDER, CREAR Y CONECTAR

Un entorno colaborativo donde profesionales, egresados, empresas y expertos se encuentran para formarse, experimentar con IA, desarrollar proyectos y generar oportunidades reales.

ACTIVIDADES PRINCIPALES



TALLERES PRÁCTICOS

Formación aplicada en IA, contenidos, datos y comunicación digital.



LABORATORIOS DE CONTENIDO

Reels, videopodcast, podcast, edición, imagen, audio y experimentos con IA.



NETWORKING Y ENCUENTROS

Sesiones con profesionales, empresas y egresados para compartir conocimiento.



RETOS Y HACKATHONS

Proyectos reales para resolver desafíos de comunicación con tecnología e IA.



SESIONES Y DEMOS

Presentaciones de herramientas, casos de éxito y tendencias del sector.



COWORKING PROFESIONAL

Espacios para trabajar, crear, grabar y colaborar en proyectos.



ORIENTACIÓN Y PORTFOLIO

Acompañamiento para mejorar habilidades, proyectos y empleabilidad.



EVENTOS Y COMUNIDAD

Jornadas, desayunos, seminarios y actividades para la comunidad.



INNOVACIÓN

Exploramos nuevas tecnologías y formas de comunicar.



EXPERIMENTACIÓN

Probamos, aprendemos y aplicamos la IA en contextos reales.



COMUNIDAD

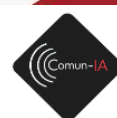
Creamos una red activa de profesionales y egresados.



IMPACTO

Transformamos el talento en resultados para personas, empresas y sociedad.

**UN ESPACIO.
MIL POSIBILIDADES.
TU FUTURO.**



UNIVERSITAS
Miguel Hernández



Modelo de implantación

Fase 1. Lanzamiento inicial

Corresponde a la presentación del centro y a la realización de las microcredenciales de prioridad 1. Incluye los cursos centrales, los más visibles y conectados con demanda inmediata:

- Vídeo para plataformas digitales
- Prompting
- Imágenes para redes
- GEO y AEO
- Vibecoding
- Comunicación corporativa para la salud
- Comunicación corporativa para el deporte
- Comunicación corporativa para el turismo
- Comunicación corporativa para la moda
- Comunicación corporativa para el sector inmobiliario
- Comunicación corporativa para retail
- Tratamiento de hojas de cálculo
- Optimización de la conversión
- Creación de reels
- Analítica digital
- Agentes y automatizaciones
- ChatGPT
- Gemini
- Claude

Esta fase abarca los primeros seis meses del proyecto, aproximadamente entre octubre de 2026, con el evento de presentación del centro, y marzo de 2027, con la finalización de las microcredenciales de prioridad 1.

Fase 2. Ampliación y consolidación

Corresponde a las microcredenciales de prioridad 2. Permite ampliar el catálogo y construir itinerarios más completos.

- Procesamiento de documentos
- Producción de videopodcast
- Búsqueda avanzada de información
- Canva
- Hablar frente a la cámara
- Storytelling
- Copywriting
- Edición de vídeo
- Plan de comunicación de redes
- Branding corporativo y personal
- Streaming
- Automatización de correo electrónico
- Estrategia de producto
- Estrategia de marca
- Diseño estratégico de comunidades

Esta fase abarca los siguientes seis meses del proyecto, aproximadamente entre marzo y octubre de 2027, con la implantación definitiva de las microcredenciales de prioridad 2.

Fase 3. Especialización avanzada

Corresponde a las microcredenciales de prioridad 3. Permite ofrecer formación más especializada y orientada a perfiles profesionales de mayor complejidad:

- Visualización de datos
- Podcast de marca
- Diseño gráfico
- Gestión de riesgos y crisis
- Comunicación interna
- Motion graphics
- Procesamiento de audio
- Liderazgo desde la estrategia de producto
- Presentaciones eficaces
- Marketing B2B
- Project management para marketing y comunicación

Esta última fase de inflación del centro incluye todo el año siguiente, entre octubre de 2027 y el mismo mes de 2028, con la organización de las microcredenciales de prioridad 3 y la repetición de las formaciones que mejor hayan funcionado en las dos fases anteriores.

Lógicamente, en todas las fases y especialmente en esta última, se pueden introducir variaciones que respondan a la evolución de un entorno tan cambiante como el de las herramientas de IA aplicables a la comunicación.

Un centro diferencial

Comun-IA UMH se diferencia de otras ofertas formativas por varios motivos.

- 12.1. Especialización en comunicación e IA

No es un centro genérico de inteligencia artificial. Su foco es la aplicación de la IA a comunicación, marketing, contenidos, reputación, marca, audiencias y empresa.

- 12.2. Orientación profesional

Cada microcredencial se vincula a competencias laborales concretas.

- 12.3. Conexión con egresados de Periodismo y comunicación

El centro se convierte en un espacio de referencia para egresados que buscan actualizar su perfil profesional hacia nuevas oportunidades.

- 12.4. Formación modular

El modelo de microcredenciales permite combinar cursos según intereses y objetivos.

- 12.5. Relación con empresas

Comun-IA UMH diseña formación a partir de necesidades reales del tejido productivo.

- 12.6. Uso práctico de herramientas

Las herramientas de IA se incorporan de forma aplicada, con productos finales y casos reales.

- 12.7. Enfoque híbrido

Comun-IA une comunicación, tecnología, datos, creatividad, negocio y criterio profesional.

- 12.8. Capacidad de actualización permanente

El centro actualiza su oferta conforme evolucionen herramientas, perfiles y demandas.

La gran fortaleza de Comun-IA UMH es que responde a una necesidad real: el mercado necesita perfiles capaces de unir comunicación e inteligencia artificial.

No basta con saber escribir. No basta con saber usar redes sociales. No basta con saber hacer vídeos. No basta con saber abrir ChatGPT.

El nuevo profesional de la comunicación debe saber crear, verificar, automatizar, medir, diseñar, posicionar, explicar, persuadir, analizar y tomar decisiones con criterio.

Comun-IA UMH ocupa ese espacio.

Su misión no es formar técnicos aislados ni usuarios superficiales de herramientas, sino profesionales capaces de liderar la comunicación en la era de la inteligencia artificial.

