

CURSO	Social Listening & IA: de días de análisis a resultados en una hora
--------------	--

FECHAS	13 - 14 Julio	HORARIO	16:00 a 20:00
DURACIÓN	2 tardes	MODALIDAD	Presencial
MATRÍCULA	80 €	LUGAR	Noreña

DIRIGIDO A:

Profesionales del marketing, la comunicación y la estrategia digital, directores de agencias, responsables de negocio, emprendedores y autónomos asturianos. Es una formación diseñada tanto para perfiles técnicos que buscan optimizar su tiempo, como para perfiles ejecutivos que necesitan transformar grandes volúmenes de conversación digital en decisiones estratégicas de mercado de forma inmediata. No requiere conocimientos previos profundos en programación ni en IA.

OBJETIVOS:

Resolver uno de los mayores cuellos de botella en la gestión digital actual: el tiempo invertido en el análisis de datos. El taller capacitará a las personas asistentes para diseñar y configurar un ecosistema automatizado de escucha activa (*Social Listening*), enseñándoles a utilizar la Inteligencia Artificial generativa para transformar en cuestión de minutos grandes volúmenes de conversación digital que tradicionalmente requerirían días de procesamiento manual.

Objetivos Específicos:

- **Optimizar la toma de decisiones:** Aprender a pasar de la recolección masiva y caótica de datos a la extracción de *insights* estratégicos de valor inmediato para el negocio.
- **Dominar la escucha activa:** Comprender el funcionamiento y configuración de herramientas de monitoreo, desde la definición de palabras clave avanzadas hasta el uso de operadores booleanos para crear "radares" de búsqueda precisos.
- **Crear reportes ejecutivos en dos clics:** Adquirir la capacidad de estructurar y generar informes ejecutivos y *dashboards* automatizados listos para presentar a clientes, direcciones de marketing o equipos de negocio.
- **Aplicación práctica inmediata:** Implementar las metodologías explicadas durante las sesiones tanto en un caso práctico real global como de forma directa sobre los proyectos, marcas o sectores de los propios alumnos.

CONTENIDOS:

Módulo 1: Configuración del "Radar" de Escucha Activa

- **Estrategia de escucha:** Definición clara de objetivos de monitorización. ¿Qué queremos medir? (Reputación de marca, tendencias de sector, crisis de comunicación).
- **Ingeniería de búsqueda:** Creación y optimización de arquitecturas de búsqueda mediante palabras clave (*keywords*) y operadores booleanos avanzados (AND, OR, NOT, cercanía) para filtrar el ruido digital.
- **Ecosistema de fuentes:** Identificación y selección de fuentes críticas de datos (redes sociales, prensa digital, foros, blogs y reseñas).
- **Herramientas del mercado:** Análisis y comparativa de plataformas de captación de datos, desde soluciones gratuitas y *open-source* hasta herramientas profesionales de pago.

Módulo 2: El Salto Cualitativo con Inteligencia Artificial Generativa

- **Integración de tecnologías:** Metodología para conectar los flujos de datos masivos extraídos del *Social Listening* con los principales Modelos de Lenguaje (LLMs) actuales: ChatGPT, Claude y Gemini.
- **Prompt Engineering para analistas:** Diseño de instrucciones (*prompts*) avanzadas y estructuradas específicamente para el procesamiento de texto digital.
- **Automatización del procesamiento:** Técnicas para la limpieza automática de *spam*, categorización masiva del sentimiento de los usuarios (positivo, neutro, negativo) y detección inmediata de conceptos temáticos y narrativas emergentes.

Módulo 3: Inteligencia Competitiva: Del Dato a la Estrategia

- **Detección de fricciones:** Uso de la IA para aislar y clasificar de forma masiva los *pain points* (puntos de dolor), quejas y necesidades no resueltas de los consumidores en el entorno online.
- **Identificación de oportunidades:** Cómo transformar las críticas del sector en ventajas competitivas y nuevas oportunidades de mercado para nuestra marca.
- **Auditoría de la competencia en tiempo real:** Metodología de análisis automatizado sobre marcas competidoras. ¿Qué dicen de ellos sus clientes? Extracción de aprendizajes estratégicos a partir de sus aciertos y debilidades.

Módulo 4: Workshop Final y Automatización de Dashboards

- **Caso práctico real ("Hands-on"):** Simulación práctica guiada en el aula desde el primer minuto, trabajando con un volumen de datos reales de un sector empresarial asturiano.
- **Construcción del Dashboard Ejecutivo:** Diseño y automatización de un informe estructurado de alto valor visual y analítico, preparado para su presentación a comités de dirección, clientes o departamentos de marketing.
- **Presentación y debate:** Exposición de los principales hallazgos estratégicos obtenidos por los alumnos durante el taller práctico.

Módulo 5: Laboratorio Práctico y Mentoría de Proyectos Propios

- **Aplicación real al negocio del alumno:** Espacio de consultoría e implementación donde cada asistente traslada las metodologías aprendidas a su propio terreno profesional.
- **Optimización personalizada:** Configuración individualizada de los "radares" de búsqueda, herramientas y *prompts* adaptados a las empresas, marcas o sectores específicos que traigan los alumnos.
- **Resolución de dudas y cierre:** Tutorización directa de la formadora para asegurar que cada asistente se vaya con un flujo de trabajo aplicable al día siguiente en su puesto de trabajo.

ALBA ALONSO

albaalonsocifuentes96@gmail.com

LinkedIn: [Alba Alonso Cifuentes](#)

Profesional del marketing digital con una sólida trayectoria en el **análisis de datos, performance** y desarrollo de estrategias orientadas a negocio y conversión.

Especializada en Growth Marketing y en la optimización de procesos mediante el uso estratégico de métricas clave, analítica avanzada e Inteligencia Artificial aplicada.

Actualmente lidera el área de Marketing y Growth en SotySolar.

**FORMADORA**