

CURSO: CREACIÓN DE CURSOS CON IA



De la idea al curso estructurado, con apoyo de IA

Metodología • Diseño Instruccional • Automatización • Optimización

Contenido

INTRODUCCION 3

¿QUÉ ES LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL? 3

CREACION DE CURSOS 3

CREACION DE LOS MODULOS DEL CURSO 9

 DESARROLLANDO LOS TEMAS/SUBTEMAS 12

 TAREAS/ACTIVIDADES DEL MODULO: 14

 EXAMEN DEL MODULO: 15

CONCLUSION: 17

INTRODUCCION

La inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta accesible que permite a cualquier persona crear contenido educativo de manera más rápida y organizada. Gracias a la IA, hoy es posible estructurar ideas, desarrollar materiales y dar forma a un curso sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados. Esta guía ha sido creada para acompañarte paso a paso en el proceso de creación de un curso utilizando inteligencia artificial, de modo que al finalizar puedas contar con un curso completo, claro y listo para ser compartido o comercializado.

¿QUÉ ES LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL?

La inteligencia artificial (IA) es una tecnología que permite a las máquinas imitar ciertas capacidades humanas, como aprender, analizar información y ayudar a tomar decisiones, con el objetivo de facilitar tareas, ahorrar tiempo y apoyar a las personas en distintas actividades.

En la actualidad, la IA se encuentra presente en programas y plataformas que asisten en la creación de textos, imágenes, videos, análisis de información y organización de ideas, haciendo más accesibles procesos que antes requerían mucho tiempo o conocimientos especializados.

Existen diversos modelos y herramientas de inteligencia artificial ampliamente utilizados, entre los más populares se encuentran **ChatGPT**, **Gemini**, **Copilot**, **Claude** y **Midjourney**.

Esta guía se enfocará específicamente en el uso de **ChatGPT**, aprovechando sus capacidades para apoyar la planificación, desarrollo y estructuración de cursos de manera práctica y paso a paso.

CREACION DE CURSOS

*Antes de crear contenido con **ChatGPT**, es importante tener claro el objetivo y el público, ya que esto ayudará a escribir instrucciones, también llamadas **PROMPTS**, que son los mensajes que se le dan a la IA para indicarle qué hacer; además, se debe entender que la IA es una herramienta de apoyo cuyos resultados deben revisarse y adaptarse siempre al contexto y propósito educativo.*

Ahora para crear un curso lo más básico es pedírselo directamente.

Por ejemplo:

“Crea un curso de <TEMA DEL CURSO>”

crea un curso de marketing digital

Curso: Marketing Digital

Módulo 1

- Introducción al marketing digital

Módulo 2

- Presencia en internet

Módulo 3

- Creación de contenido

Módulo 4

- Uso de redes sociales

Módulo 5

- Publicidad en línea

Módulo 6

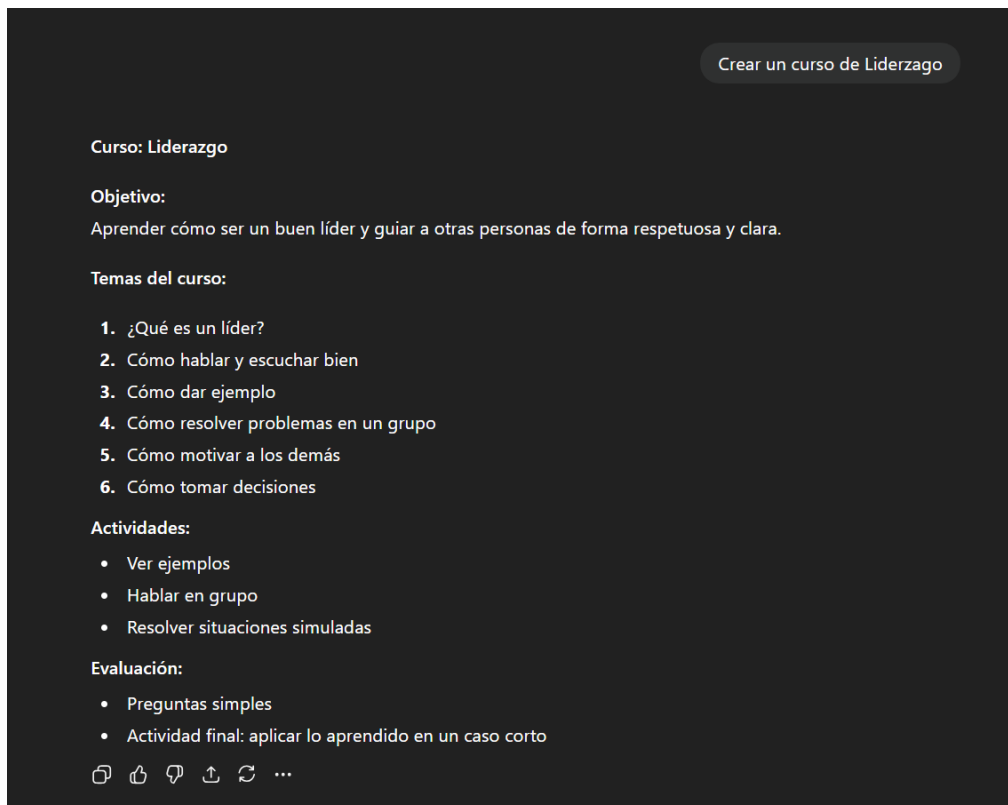
- Medición básica de resultados

Cierre

- Conceptos finales

Prompt sin contexto pt1



Prompt sin contexto pt2

Lo que se observa en la imagen es una respuesta básica, común en muchos casos, ya que las inteligencias artificiales se entrenan a partir de las interacciones que mantienen. Sin embargo, es posible orientar y mejorar la calidad de las respuestas proporcionando mayor contexto en el prompt.

Por ejemplo, con un Prompt mejorado:

“Genera el sílabo académico del curso <TEMA DE INTERÉS>.”

Este prompt breve permite a la IA generar automáticamente el sílabo del curso, estructurando el documento con los elementos académicos esenciales. A partir de esta instrucción, se desarrolla un documento que integra datos generales, descripción, objetivos, contenidos organizados por módulos, metodología de enseñanza, actividades, evaluaciones, un proyecto final y, de forma opcional, la certificación del curso.

El resultado esperado será el siguiente:

A continuación se presenta el curso completo de "MARKETING DIGITAL", diseñado con un enfoque académico, profesional y aplicable a contextos educativos, corporativos y de capacitación, listo para convertirse en manual Word o PDF, con una duración estimada de 24 a 30 horas.

CURSO DE MARKETING DIGITAL

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso:

Marketing Digital

Nivel:

Básico – Intermedio

Duración estimada:

24 a 30 horas académicas

Público objetivo:

Estudiantes, emprendedores, profesionales de marketing, ventas, comunicación, administradores, docentes, personal corporativo y cualquier persona interesada en desarrollar estrategias digitales para promoción de productos, servicios o marcas.

Requisitos:

- Conocimientos básicos de informática
- Manejo básico de internet y redes sociales
- No se requieren conocimientos previos de marketing

Modalidad:

Presencial, virtual o mixta (blended learning)

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO

El curso de Marketing Digital brinda una formación integral orientada al diseño, implementación y evaluación de estrategias digitales enfocadas en la generación de valor para marcas, productos y servicios. A lo largo del programa, el participante comprenderá el comportamiento del consumidor digital, el funcionamiento de los principales canales online y el uso de herramientas estratégicas para atraer, convertir y fidelizar clientes en entornos digitales.

+ Pregunta lo que quieras



Respuesta- prompt mejorado (pt1)

4. ESTRUCTURA CURRICULAR POR MÓDULOS

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

Propósito:

Comprender los conceptos fundamentales del marketing digital y su impacto en los modelos de negocio actuales.

Temas principales:

- Evolución del marketing: tradicional vs digital
- Ecosistema digital
- Canales digitales
- Ventajas y desafíos del marketing digital
- Tendencias actuales del marketing digital

MÓDULO 2. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL

Propósito:

Analizar cómo piensan, buscan y toman decisiones los usuarios en entornos digitales.

Temas principales:

- Buyer persona
- Customer journey
- Psicología del consumidor digital
- Experiencia del usuario (UX)
- Propuesta de valor digital

MÓDULO 3. ESTRATEGIA Y PLAN DE MARKETING DIGITAL

Propósito:

Diseñar una estrategia digital alineada a objetivos claros y medibles.

Temas principales:

- Objetivos SMART
- Análisis del entorno digital (DAFO)



Respuesta- prompt mejorado (pt2)

5. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

El curso se desarrolla bajo una metodología teórico-práctica, centrada en el aprendizaje activo. Se combinan exposiciones conceptuales, análisis de casos reales, ejercicios aplicados, actividades colaborativas y desarrollo de proyectos. Se fomenta la participación, el pensamiento crítico y la aplicación inmediata de los conocimientos adquiridos.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Análisis de casos reales de marketing digital
- Desarrollo de buyer persona
- Creación de contenidos digitales
- Simulación de campañas en redes sociales
- Ejercicios de análisis de métricas
- Trabajo colaborativo por módulos
- Desarrollo progresivo del proyecto final

7. SISTEMA DE EVALUACIÓN

- Participación y actividades prácticas: 30 %
- Evaluaciones modulares: 30 %
- Proyecto final integrador: 40 %

La nota mínima aprobatoria se define según la institución o empresa capacitadora.

8. PRODUCTO FINAL DEL CURSO

El participante desarrollará un **Plan de Marketing Digital completo**, aplicado a un proyecto real o simulado, que incluirá análisis, estrategia, canales, contenidos, cronograma y métricas de evaluación.

9. CERTIFICACIÓN

Al finalizar y aprobar el curso, el participante recibirá un **Certificado de Aprobación en Marketing Digital**, emitido por la institución u organización formadora, indicando la duración total del programa y las competencias adquiridas.



+ Pregunta lo que quieras



Respuesta- prompt mejorado (pt3)

**Se adjuntan algunas imágenes de la respuesta ya que puede ser una respuesta extensa. **

CREACION DE LOS MODULOS DEL CURSO

Algo que agregar, lo que uno puede ir haciendo en el desarrollo es colocando los resultados en un documento Word, esto por el motivo que será un chat de constante cambio y puede ocurrir que nos perdamos en mensaje a mensaje, podríamos solicitar a la IA a que nos envié todo de nuevo, pero recomendable ir obteniendo cada punto ya trabajado.

Ahora teniendo la matriz del curso, podemos intervenir con el contenido a desarrollar. Por ejemplo, si deseamos crear los módulos podemos hacerlo de la siguiente forma:

“Basándote en el silabo entregado.
Desarrolla el «MÓDULO X».”

¿Qué hace este prompt?

Este prompt define la estructura de los módulos que se necesitan desarrollar y establece las distintas formas en que la IA puede generar el contenido. En la siguiente demostración se podrá observar cómo este formato permite crear módulos de manera ordenada, coherente y adaptable a diferentes necesidades formativas.

El contenido debe servir como base para futuras solicitudes de ampliación.

A continuación se presenta el desarrollo de la PRIMERA VERSIÓN del MÓDULO 1 del curso MARKETING DIGITAL, elaborado exclusivamente a partir de la estructura curricular previamente entregada, con un nivel base, claro y ampliable.

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

1. Nombre del módulo

Introducción al Marketing Digital

2. Introducción del módulo

Este módulo introduce al participante en los conceptos fundamentales del marketing digital, estableciendo las bases teóricas necesarias para comprender su importancia en el contexto actual de los negocios, la educación y las organizaciones. A través de una visión general del ecosistema digital, el estudiante reconocerá las diferencias entre el marketing tradicional y el marketing digital, así como el impacto de la transformación digital en la forma en que las marcas se comunican con sus audiencias.

El módulo busca generar una comprensión inicial común para todos los participantes, independientemente de su experiencia previa, preparando el terreno para el desarrollo de estrategias digitales en los módulos posteriores.

Prompt módulos del curso (PT1)

3. Contenido del módulo

Tema 1. Evolución del marketing: tradicional vs digital

Subtemas:

- Concepto general de marketing
- Características del marketing tradicional
- Cambios en el comportamiento del consumidor
- Surgimiento del marketing digital
- Comparación entre marketing tradicional y marketing digital

Tema 2. Ecosistema del marketing digital

Subtemas:

- Qué es el ecosistema digital
- Actores principales del entorno digital
- Canales digitales básicos
- Relación entre marca, usuario y plataformas digitales

Tema 3. Canales digitales

Subtemas:

- Sitios web y landing pages
- Redes sociales
- Motores de búsqueda
- Email marketing
- Plataformas digitales y marketplaces

Tema 4. Ventajas y desafíos del marketing digital

Subtemas:

- Alcance y segmentación
- Medición de resultados
- Costos y escalabilidad
- Principales desafíos del entorno digital
- Riesgos y buenas prácticas iniciales



• Principales desafíos del entorno digital

- Riesgos y buenas prácticas iniciales

Tema 5. Tendencias actuales del marketing digital

Subtemas:

- Crecimiento del entorno digital
- Importancia del contenido
- Uso de datos y métricas
- Automatización y personalización
- Enfoque centrado en el usuario

4. Actividades y tareas del módulo

- **Actividad 1:** Lectura guiada sobre la evolución del marketing y discusión reflexiva (individual o grupal).
- **Actividad 2:** Identificación de ejemplos reales de marketing tradicional y marketing digital en el entorno del participante.
- **Actividad 3:** Mapa conceptual del ecosistema del marketing digital.
- **Actividad 4:** Foro o debate: ventajas y desafíos del marketing digital en un contexto real (educativo, empresarial o personal).

Estas actividades están diseñadas para reforzar la comprensión conceptual y fomentar el análisis crítico inicial.

5. Examen del módulo

Tipo de evaluación: Evaluación teórica básica

Formato sugerido:

- Opción múltiple
- Verdadero / Falso
- Preguntas de respuesta corta

Prompt módulos del curso (PT3)

DESARROLLANDO LOS TEMAS/SUBTEMAS

Es necesario ampliar estos temas, ya que la IA no siempre entrega toda la información requerida en una primera generación. Esto se realiza con el fin de profundizar adecuadamente en el proceso de entrenamiento del contenido. Como se mencionó anteriormente, a partir de este punto es crucial revisar y validar el material generado por la IA, dado que puede presentar enfoques simplificados o incompletos, y existen diversas formas de enriquecer y complementar la información presentada.

Amplia los temas/subtemas del <MODULO X>

Amplia los subtemas del <TEMA X>

desarrollo los temas de tema1: conceptos basicos del marketing.

A continuación se desarrolla el **Tema 1: Conceptos básicos del marketing**, correspondiente al **Módulo 1** del curso **Marketing Digital**, con un nivel introductorio, estructurado y listo para ampliaciones posteriores.

TEMA 1: CONCEPTOS BÁSICOS DEL MARKETING

1.1 Definición de marketing

El marketing es un conjunto de actividades, procesos y estrategias orientadas a identificar necesidades y deseos de un público objetivo, con el fin de crear, comunicar, entregar y mantener valor para los clientes y para la organización. No se limita únicamente a la venta de productos o servicios, sino que abarca desde la investigación del mercado hasta la relación posterior con el cliente.

En términos generales, el marketing busca conectar de manera efectiva a una organización con su mercado, entendiendo qué necesita el consumidor y cómo satisfacer esa necesidad de forma rentable y sostenible.

1.2 Objetivos del marketing

El marketing persigue diversos objetivos que guían sus acciones y estrategias. Entre los principales se encuentran:

- Identificar y comprender las necesidades del consumidor.
- Crear productos o servicios que generen valor.
- Posicionar una marca, producto o servicio en la mente del consumidor.
- Aumentar las ventas y la participación de mercado.
- Fidelizar clientes y construir relaciones a largo plazo.
- Mejorar la imagen y reputación de la organización.

Estos objetivos pueden variar según el contexto (educativo, corporativo o comercial), pero siempre están orientados a la satisfacción del cliente y al logro de los objetivos organizacionales.

Prompt desarrollo del tema (PT1)

Si se desea otorgar mayor profundidad al contenido, es posible ser aún más específicos en las indicaciones. Dado que ya se ha definido una estructura clara, basta con **dar seguimiento al documento en Word** para comparar y verificar qué temas continúan desarrollándose, en lugar de revisar constantemente el historial del chat. Esto permite un control más ordenado del avance del contenido y una gestión más eficiente del proceso de desarrollo.

de la respuesta anterior amplía el subtema de Definición del marketing

A continuación se presenta la **ampliación del subtema 1.1: Definición de marketing**, manteniendo un enfoque **introdutorio, claro y pedagógico**, coherente con el nivel base del módulo y preparado para futuras ampliaciones.

1.1 DEFINICIÓN DE MARKETING (DESARROLLO AMPLIADO)

El marketing es una disciplina que se encarga de analizar, comprender y gestionar la relación entre una organización y su mercado. Su finalidad principal es identificar las necesidades, deseos y expectativas de las personas para ofrecer soluciones que generen valor tanto para el cliente como para la organización.

De manera general, el marketing puede definirse como el conjunto de actividades orientadas a investigar el mercado, diseñar productos o servicios adecuados, establecer precios, comunicar propuestas de valor y facilitar el intercambio entre oferentes y consumidores. Este intercambio no siempre se limita a la venta, sino que también puede incluir información, experiencias, servicios o relaciones a largo plazo.

A diferencia de la idea tradicional que asocia el marketing únicamente con la publicidad o las ventas, el marketing moderno abarca todo el proceso que va desde la identificación de una necesidad hasta la satisfacción posterior al consumo. Por ello, el marketing interviene antes, durante y después de la adquisición de un producto o servicio.

Desde un enfoque organizacional, el marketing cumple un rol estratégico, ya que permite alinear las decisiones comerciales con las expectativas del mercado. Esto implica comprender al cliente, analizar el entorno competitivo y diseñar acciones que permitan diferenciar una oferta frente a otras alternativas existentes.

Asimismo, el marketing tiene un componente social y comunicacional, ya que busca generar relaciones basadas en la confianza, la satisfacción y la fidelidad. No se trata únicamente de persuadir, sino de construir vínculos duraderos entre las marcas y sus públicos.

En el contexto actual, caracterizado por la digitalización y el acceso constante a la información, el marketing adquiere una dimensión más dinámica e interactiva. Los consumidores participan activamente, opinan, comparan y toman decisiones informadas, lo que obliga a las organizaciones a adoptar enfoques más centrados en el cliente y en la creación de valor real.

En síntesis, el marketing es una disciplina integral que mbina análisis, estrategia, creatividad y comunicación, con el objetivo de satisfacer necesidades, generar valor y construir relaciones sostenibles

Prompt desarrollo del tema (PT2)

Y de esta forma vas creando cada punto del módulo.

TAREAS/ACTIVIDADES DEL MODULO:

Esta etapa resulta más sencilla, ya que la interacción completa del módulo del curso ya ha sido desarrollada previamente. Como se podrá observar en la siguiente imagen, las tareas y actividades se derivan directamente del contenido del módulo, facilitando su definición y aplicación.

Crea una lista de tareas correspondiente al <MODULO X>

Crea una tarea/actividad correspondiente al «MODULO1»

ACTIVIDAD / TAREA DEL MÓDULO 1

Módulo 1: Introducción al Marketing Digital

Nombre de la actividad

Análisis básico del marketing en el entorno digital

Objetivo de la actividad

Que el participante aplique los conceptos básicos del marketing para identificar cómo una organización utiliza (o podría utilizar) el marketing digital para generar valor, comprendiendo la diferencia entre marketing tradicional y marketing digital.

Descripción de la actividad

El participante seleccionará una empresa, marca, emprendimiento o institución (real o conocida) y realizará un análisis introductorio sobre su presencia de marketing, enfocándose en los conceptos aprendidos en el Módulo 1.

La actividad busca reforzar la comprensión de qué es el marketing, sus objetivos y su aplicación en entornos digitales, sin requerir conocimientos técnicos avanzados.

Instrucciones

1. Selecciona una marca, empresa o institución de tu preferencia.
2. Responde de forma clara y ordenada las siguientes preguntas:
 - ¿Qué producto o servicio ofrece?
 - ¿Qué necesidad del cliente busca satisfacer?
 - ¿Qué acciones de marketing tradicional identificas (si las tiene)?
 - ¿Qué acciones de marketing digital identificas (redes sociales, web, publicidad digital, etc.)?
 - ¿Cómo genera valor para el cliente según lo aprendido en el módulo?
3. Presenta tu análisis en un documento breve o en el formato indicado por el instructor.



Prompt de tareas/actividades

EXAMEN DEL MODULO:

De igual forma que la actividad, el desarrollo del examen lo podrás realizar con este Prompt:

Desarrolla el examen para el <MODULO X> de 10 preguntas, puedes variar preguntas como:

- verdadero o falso.
- de una opción
- de opción múltiple.

Adicionalmente la respuesta correspondiente.

Y ahora desarrolla un examen para el Modulo 1, puedes variar preguntas de verdadero o falso, de opciones, o por ultimo de opcion multiple. Adicionalmente, la respuesta correcta.

A continuación se presenta el **EXAMEN DEL MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL**, diseñado con un nivel básico, combinando preguntas de Verdadero/Falso, opción única y opción múltiple, e incluyendo la respuesta correcta para uso académico y validación docente.

EXAMEN – MÓDULO 1

Introducción al Marketing Digital

PARTE I: VERDADERO / FALSO

Instrucciones: Indique si la afirmación es Verdadera (V) o Falsa (F).

1. El marketing se limita únicamente a la venta y publicidad de productos.
Respuesta correcta: F
2. El marketing busca identificar y satisfacer las necesidades del cliente.
Respuesta correcta: V
3. El marketing digital reemplaza completamente al marketing tradicional.
Respuesta correcta: F
4. El ecosistema digital está compuesto por plataformas, canales y usuarios conectados a través de internet.
Respuesta correcta: V
5. El valor para el cliente se refiere únicamente al precio más bajo de un producto.
Respuesta correcta: F

PARTE II: OPCIÓN ÚNICA

Instrucciones: Seleccione la alternativa correcta.

6. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor el concepto de marketing?
a) Técnicas de venta agresiva
b) Actividades orientadas a crear valor para el cliente
c) Publicidad en redes sociales

Prompt examen del módulo X

7. ¿Cuál es uno de los principales objetivos del marketing?

- a) Aumentar costos
- b) Reducir la competencia
- c) Fidelizar clientes
- d) Eliminar productos

Respuesta correcta: c)

8. El marketing como proceso estratégico implica:

- a) Acciones improvisadas
- b) Solo promoción
- c) Planificación, ejecución y evaluación
- d) Uso exclusivo de tecnología

Respuesta correcta: c)

PARTE III: OPCIÓN MÚLTIPLE

Instrucciones: Marque todas las alternativas correctas.

9. ¿Cuáles son características del marketing digital?

- a) Uso de canales digitales
- b) Interacción con el usuario
- c) Medición de resultados
- d) Eliminación del cliente

Respuestas correctas: a), b), c)

10. ¿Cuáles de los siguientes son canales de marketing digital?

- a) Redes sociales
- b) Motores de búsqueda
- c) Correo electrónico
- d) Llamadas telefónicas puerta a puerta

Respuestas correctas: a), b), c)

11. El valor para el cliente puede generarse a través de:

- a) Beneficios funcionales
- b) Beneficios emocionales
- c) Beneficios simbólicos
- d) Publicidad engañosa

Respuestas correctas: a), b), c)



CONCLUSION:

Crear un curso con ayuda de ChatGPT es, en esencia, aprender a conversar con una herramienta que potencia tus ideas. A lo largo de esta guía has visto que no se trata de “dejar todo en manos de la IA”, sino de saber qué pedirle, cómo hacerlo y para qué. Los prompts se convierten en el puente entre tu conocimiento y el contenido que quieres compartir. Cuando tienes claro tu objetivo y usas la IA como apoyo, el proceso se vuelve más ágil, ordenado y creativo. Al final, el valor del curso sigue estando en tu experiencia, en tu criterio y en la forma en que conectas con tus estudiantes; ChatGPT simplemente te acompaña para que ese camino sea más sencillo y eficiente.