



## COMM18. Inteligencia artificial (IA) aplicada a marketing digital.

**Sku:** PS\_COMM18

**Horas:** 200

**Formato:** HTML

### OBJETIVOS

- Aplicar la inteligencia artificial (IA) para aumentar la eficiencia en los procesos de trabajo del marketing digital, la automatización de tareas y la tecnología que se deriva de ella.
- Identificar el valor que aporta la Inteligencia Artificial (I.A.) en marketing digital, evaluando el impacto que provoca en la industria y economía digital.
- Analizar el impacto del “Mercado de Datos” en la economía para integrar la tecnología en los procesos del Marketing Digital a través del concepto MarTech.
- Definir los fundamentos del Marketing Digital, así como su estrategia y principales KPIs para configurar el Dashboard de análisis de métricas de un proyecto digital.
- Aplicar los procesos de la estrategia de marketing digital automatizados mediante técnicas de IA utilizadas en Marketing Digital.
- Implementar la IA en la eficiencia en los procesos de trabajo y el aprovechamiento de la automatización de tareas.
- Gestionar a través de la metodología Agile y Design Thinking un caso de éxito del uso de la Inteligencia Artificial y desarrollarlo.

### CONTENIDOS

- **Unidad 1. introducción a la inteligencia**
  - Conocimientos / capacidades cognitivas y prácticas
    - Identificación de los conceptos básicos de la I.A.:
      - Caracterización de la Inteligencia Artificial
      - Conceptos básicos de negocio vinculados a I.A.
      - Tipos de modelos de I.A. basados en: eficiencia y cliente
      - Diferenciación y contextualización entre I.A., Machine Learning y Deep Learning

- Distinción de los ámbitos de aplicación de la Inteligencia Artificial en el contexto socioeconómico actual:
      - Impacto en la industria y economía digital de la I.A.
      - Demostración del impacto de la robotización en las tareas desarrolladas por humanos.
    - Habilidades de gestión, personales y sociales
      - Asimilación de la importancia de la I.A. aplicada al marketing Digital y su relación con la eficiencia en el mercado e-Commerce
      - Interés por el valor añadido que supone la aplicación de la I.A. en los procesos de comercialización actuales.
- **Unidad 2. Martech, mercado de datos (big data) y e-commerce.**
  - Conocimientos / capacidades cognitivas y prácticas
    - Identificación de los principales conceptos de la aplicación del marketing digital en la Inteligencia Artificial:
      - Conceptualización del MarTech: integración de procesos de Marketing y tecnológicos.
      - Relación entre la I.A. y el marketing digital
      - Negocios digitales, economía colaborativa y era autónoma.
    - Interpretación del impacto del “Mercado de Datos”:
      - Contexto del e-Commerce en el mercado español
      - Análisis del impacto del “Mercado de Datos” en la economía tradicional
  - Habilidades de gestión, personales y sociales
    - Implicación e interés por el “Mercado de Datos” y su influencia en la economía.
    - Demostración de una actitud crítica sobre el impacto de las nuevas tecnologías en los procesos de marketing digital.
- **Unidad 3. Marketing digital.**
  - Conocimientos / capacidades cognitivas y prácticas
    - Caracterización del Marketing Digital:
      - Fundamentos estratégicos del Marketing Digital
      - Elementos básicos de la estrategia de Marketing Digital
      - Canales de adquisición y canales de comunicación on-line
    - Configuración de un Dashboard de métricas web:
      - Indicadores de medición: elección de principales KPIs y elaboración de un dashboard de seguimiento.
      - Técnicas de Growth Hacking
      - Cálculo, elección y análisis de las métricas de un negocio digital.
    - Ejecución de estrategias de marketing digital orientadas al cliente:
      - Elección de herramientas para el desarrollo de la estrategia CRM.
      - Estudio y análisis de medios pagados y orgánicos
  - Habilidades de gestión, personales y sociales
    - Atención en las diferentes estrategias de marketing focalizadas a una mejor interacción entre los clientes y el negocio digital.

- Interés en la inclusión de nuevas herramientas en el diseño de los propios proyectos digitales.
- **Unidad 4. Aplicaciones de la IA en el marketing digital.**
  - Conocimientos / capacidades cognitivas y prácticas
    - Desarrollo y aplicación de soluciones de I.A. en la gestión de contenidos digitales:
      - Generación y curación de contenido en las redes sociales.
      - Publicidad Programática en buscadores.
    - Identificación de herramientas comunicativas y asistenciales en el marketing digital:
      - Utilización de la solución Voice Search en las búsquedas de keywords.
      - Inclusión de I.A. en asistentes virtuales & Chatbots
    - Análisis del comportamiento del usuario on-line en el ámbito e-commerce:
      - Utilización de herramientas de Marketing de Automatización: Connectif, Probanca, Hotjar, Hubspot, Marketo o InfusionSoft, entre otras.
      - Herramientas de monitorización de Diseño Web y User Experience (UX).
      - Analítica Predictiva: maximizar el valor de vida del cliente, optimizar la probabilidad de compra y reducir la tasa de abandono de los clientes.
  - Habilidades de gestión, personales y sociales
    - Predisposición en el uso de herramientas de comunicación automáticas para el alcance de objetivos de los proyectos digitales.
    - Interés por el conocimiento del comportamiento de un usuario on-line.
    - Tolerancia ante la opinión crítica de un cliente o usuario on-line.
- **Unidad 5. IA y automatización del marketing.**
  - Conocimientos / capacidades cognitivas y prácticas
    - Análisis de la disciplina estratégica Customer Experience:
      - Customer Journey Mapping y Touch Points
      - MOT, Customer insight y Mapping de empatía
      - CXM: Customer Experience Management
    - Generalización de la metodología de marketing digital Funnel de conversión:
      - Concepto de Funnel de conversión
      - Metodología de marketing digital Funnel de conversión
    - Implantación de la I.A. en una estrategia de Marketing de Automatización integral:
      - Desarrollo de una estrategia integral y el detalle de Workflows
      - Soluciones integrales de: E-mail Marketing, recomendación de productos automatizada, notificaciones push en el navegador, estrategia automatizada de CRM en la BBDD y e-mails automáticos según UX.
    - Demostración en la plataforma eCommerce Wordpress
      - Conceptos básicos de WordPress.

- Implementación del Plug-in Active Member 360
- Habilidades de gestión, personales y sociales
  - Concienciación de la importancia del uso de nuevas herramientas tecnológicas como soluciones para mejorar los resultados de negocio.
  - Demostración de una actitud responsable en la utilización de herramientas integrales automáticas.
  - Desarrollo de una actitud positiva hacia el trabajo en equipo y colaborativo para el mejor uso de las herramientas automáticas.
- **Unidad 6. Business case de IA aplicada al negocio digital.**
  - Conocimientos / capacidades cognitivas y prácticas
    - Caracterización del desarrollo del caso de éxito:
      - Conceptos básicos de las Metodologías Agile y su aplicación en Marketing.
      - Fundamentos de la gestión de proyectos de marketing tecnológico.
      - Proceso completo de Project Management: de design thinking al producto final.
      - Análisis de WordPress con Plug-in Active Member 360
    - Investigación y desarrollo del Caso de Éxito:
      - Principales conclusiones en relación al beneficio del uso de la I.A. en los resultados de negocio.
      - Beneficios del uso de I.A. en un caso real y el incremento de los beneficios.
  - Habilidades de gestión, personales y sociales
    - Uso de habilidades de comunicación a través de la exposición del trabajo realizado.
    - Capacidad de autovaloración de los proyectos digitales elaborados.
    - Demostración de una actitud de empatía hacia los productos y procesos seleccionados por el resto de compañeros utilizados en sus propios proyectos digitales.