



COMM04. Introducción a la inteligencia artificial aplicada al marketing

Sku: COMM04_EC

Horas: 50

OBJETIVOS

Identificar las últimas tendencias y competencias en materia de Inteligencia artificial para su posterior aplicación al ámbito del marketing digital.

CONTENIDOS

1. Introducción a la inteligencia artificial

- 1.1. Aproximación a los conceptos básicos de la I.A.
 - 1.1.1. Caracterización de la inteligencia artificial
 - 1.1.2. Aplicaciones de la nomenclatura y conceptos asociados a la I.A.
 - 1.1.3. Recursos necesarios para la utilización de la I.A.
 - 1.1.4. Generación actual de aplicaciones de I.A.
- 1.2. Evolución de la inteligencia artificial
 - 1.2.1. Cronología y principales hitos
 - 1.2.2. Escuelas de pensamiento en los que se basa la I.A. Convencional. Computacional
- 1.3. Identificación de las diferentes técnicas para el desarrollo de la I.A.
 - 1.3.1. Categorías de la inteligencia artificial
 - 1.3.2. Técnicas de Aprendizaje Automático
 - 1.3.3. Diferencias entre aprendizaje automático y aprendizaje profundo
 - 1.3.4. Tecnologías de Apoyo. Interfaces de usuario. Visión artificial
- 1.4. Ámbitos de aplicación de la I.A.
 - 1.4.1. Aplicaciones actuales basadas en I.A. Aplicaciones prácticas.
 - 1.4.2. Resolución de problemas mediante aplicaciones I.A.
 - 1.4.3. Contexto para el uso de herramientas de I.A.
 - 1.4.4. Requerimientos y limitaciones de las aplicaciones basadas en I.A.
- 1.5. Contexto ético y legal de la inteligencia artificial
 - 1.5.1. La Inteligencia artificial, la conciencia y los sentimientos
 - 1.5.2. Corrientes críticas
 - 1.5.3. La propiedad intelectual de la I.A.

2. Procesos de inteligencia artificial aplicados a las estrategias de marketing

- 2.1. Aplicación de los procesos de la I.A. al ámbito de los estudios de mercado

- 2.1.1. Caracterización de aplicaciones basadas en I.A. para análisis de mercado
- 2.1.2. Implicaciones éticas y legales del sector respecto al alcance de la IA
- 2.1.3. Utilización de técnicas y herramientas de estudio de mercado basadas en IA
- 2.2. Desarrollo de la IA en el ámbito del diseño de producto o servicio
 - 2.2.1. Aplicación de técnicas y herramientas de I.A. para la toma de decisiones
 - 2.2.2. Integración de metodologías de diseño y de desarrollo de IA
- 2.3. Implantación de la I.A. en el ámbito de la estrategia publicitaria
 - 2.3.1. Caracterización de aplicaciones publicitarias basadas en IA
 - 2.3.2. Concepto de publicidad programática
 - 2.3.3. Utilización de herramientas y técnicas para optimizar la estrategia publicitaria
 - 2.3.4. Gestión de imagen de marca
 - 2.3.5. Extrapolación de técnicas y estrategias de casos de éxito
- 2.6. Aplicación de los últimos avances de la I.A. en marketing digital
 - 2.6.1. Ecosistema de aplicaciones y técnicas más utilizados
 - 2.6.2. Utilización de las principales herramientas para social media marketing
 - 2.6.3. Creación y gestión de una cuenta de analítica web
 - 2.6.4. Diseño y gestión de una campaña de publicidad web
 - 2.6.5. Diseño y gestión de una campaña de publicidad en redes sociales

3. Desarrollo de soluciones personalizadas de inteligencia artificial para el área de marketing

- 3.1. Creación de un modelo predictivo con una herramienta ?no code?
 - 3.1.1. Funcionalidades y secciones de BigML
 - 3.1.2. Seguimiento del proceso para la obtención de un modelo predictivo
 - 3.1.3. Integración del modelo obtenido en BigML en una aplicación de marketing
- 3.2. Aplicación de las herramientas de GCP (Google Cloud Platform) para I.A.
 - 3.2.1. Gestión de datos con BigQuery
 - 3.2.2. Creación de un modelo predictivo con BigQuery
 - 3.2.3. Generación de un cuadro de mandos (KPI) con DataStudio
 - 3.2.4. Creación de un agente inteligente con DialogFlow
- 3.3. Introducción al desarrollo de IA con python
 - 3.3.1. Planteamiento de un algoritmo de ML
 - 3.3.2. Ejecución del código para la obtención de un modelo de IA
 - 3.3.3. Caracterización de un autoencoder y de una red neuronal convolucional
 - 3.3.4. Proceso de diseño y programación de una solución de IA