



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## COMM18 Inteligencia Artificial (Ia) Aplicada A Marketing Digital

---

Modalidad de realización del curso: [A distancia](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### OBJETIVOS

El curso COMM18 Inteligencia Artificial (Ia) Aplicada A Marketing Digital ofrece formación especializada en el ámbito de Marketing Digital. Con este curso COMM18 Inteligencia Artificial (Ia) Aplicada A Marketing Digital el alumnado será capaz de desarrollar las competencias necesarias para aplicar la inteligencia artificial con la finalidad de que los procesos de trabajo relacionados con marketing digital aumenten su eficiencia.

### CONTENIDOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

1. Identificación de los conceptos básicos de la I. A. :
2. - Caracterización de la Inteligencia Artificial
3. - Conceptos básicos de negocio vinculados a I. A.
4. - Tipos de modelos de I. A. basados en: eficiencia y cliente
5. - Diferenciación y contextualización entre I. A. , Machine Learning y Deep Learning
6. Distinción de los ámbitos de aplicación de la Inteligencia Artificial en el contexto socioeconómico actual:
7. - Impacto en la industria y economía digital de la I. A.

8. - Demostración del impacto de la robotización en las tareas desarrolladas por humanos.

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARTECH, MERCADO DE DATOS (BIG DATA) Y E-COMMERCE

1. Identificación de los principales conceptos de la aplicación del marketing digital en la Inteligencia Artificial:
2. - Conceptualización del MarTech: integración de procesos de Marketing y tecnológicos.
3. Relación entre la I. A. y el marketing digital
4. - Negocios digitales, economía colaborativa y era autónoma.
5. Interpretación del impacto del “Mercado de Datos”:
6. - Contexto del e-Commerce en el mercado español
7. - Análisis del impacto del “Mercado de Datos” en la economía tradicional

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING DIGITAL

1. Caracterización del Marketing Digital:
2. - Fundamentos estratégicos del Marketing Digital
3. - Elementos básicos de la estrategia de Marketing Digital
4. - Canales de adquisición y canales de comunicación on-line
5. Configuración de un Dashboard de métricas web:
6. - Indicadores de medición: elección de principales KPIs y elaboración de un dashboard de seguimiento.
7. - Técnicas de Growth Hacking
8. - Cálculo, elección y análisis de las métricas de un negocio digital.
9. Ejecución de estrategias de marketing digital orientadas al cliente:
10. - Elección de herramientas para el desarrollo de la estrategia CRM.
11. - Estudio y análisis de medios pagados y orgánicos

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIONES DE LA I. A. EN EL MARKETING DIGITAL

1. Desarrollo y aplicación de soluciones de I. A. en la gestión de contenidos digitales:
2. - Generación y curación de contenido en las redes sociales.

3. - Publicidad Programática en buscadores.
4. Identificación de herramientas comunicativas y asistenciales en el marketing digital:
5. - Utilización de la solución Voice Search en las búsquedas de keywords.
6. - Inclusión de I. A. en asistentes virtuales & Chatbots
7. Análisis del comportamiento del usuario on-line en el ámbito e-commerce:
8. - Utilización de herramientas de Marketing de Automatización: Connectif, Probanca, Hotjar, Hubspot, Marketo o InfusionSoft, entre otras.
9. - Herramientas de monitorización de Diseño Web y User Experience (UX)
10. - Analítica Predictiva: maximizar el valor de vida del cliente, optimizar la probabilidad de compra y reducir la tasa de abandono de los clientes.

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. IA Y AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

1. Análisis de la disciplina estratégica Customer Experience:
2. - Customer Journey Mapping y Touch Points
3. - MOT, Customer insight y Mapping de empatía 10
4. - CXM: Customer Experience Management
5. Generalización de la metodología de marketing digital Funnel de conversión:
6. - Concepto de Funnel de conversión
7. - Metodología de marketing digital Funnel de conversión
8. Implantación de la I. A. en una estrategia de Marketing de Automatización integral:
9. - Desarrollo de una estrategia integral y el detalle de Workflows
10. - 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.
11. Demostración en la plataforma eCommerce Wordpress
12. - Conceptos básicos de WordPress.
13. - Implementación del Plug-in Active Member 360

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. BUSINESS CASE DE IA APLICADA AL NEGOCIO DIGITAL

1. Caracterización del desarrollo del caso de éxito:
2. - Conceptos básicos de las Metodologías Agile y su aplicación en Marketing.

3. - Fundamentos de la gestión de proyectos de marketing tecnológico.
4. - Proceso completo de Project Management: de design thinking al producto final.
5. - Análisis de WordPress con Plug-in Active Member 360
6. Investigación y desarrollo del Caso de Éxito:
7. - Principales conclusiones en relación al beneficio del uso de la I. A. en los resultados de negocio.
8. - Beneficios del uso de I. A. en un caso real y el incremento de los beneficios.



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)