



COMM18

INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) APLICADA A MARKETING DIGITAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

200 HORAS



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

100%
ONLINE

ÍNDICE

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Objetivo

- Identificar el valor que aporta la Inteligencia Artificial (IA) en marketing digital, evaluando el impacto que provoca en la industria y economía digital

Contenido

- Identificación de los conceptos básicos de la IA
 - Caracterización de la Inteligencia Artificial
 - Conceptos básicos de negocio vinculados a IA
 - Tipos de modelos de I.A. basados en: eficiencia y cliente
 - Diferenciación y contextualización entre IA, 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 IA
 - Demostración del impacto de la robotización en las tareas desarrolladas por humanos

MÓDULO 2. MARTECH, MERCADO DE DATOS (BIG DATA) Y E-COMMERCE

Objetivo

- 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

Contenido

- 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

MÓDULO 3. MARKETING DIGITAL

Objetivo

- 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

Contenido

- 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

MÓDULO 4. APLICACIONES DE LA I.A. EN EL MARKETING DIGITAL

Objetivo

- Aplicar los procesos de la estrategia de marketing digital automatizados mediante técnicas de IA utilizadas en Marketing Digital

Contenido

- Desarrollo y aplicación de soluciones de IA 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

MÓDULO 5. IA Y AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

Objetivo

- Implementar la IA en la eficiencia en los procesos de trabajo y el aprovechamiento de la automatización de tareas

Contenido

- 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 IA 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

MÓDULO 6. BUSINESS CASE DE IA APLICADA AL NEGOCIO DIGITAL

Objetivo

- Gestionar a través de la metodología Agile y Design Thinking un caso de éxito del uso de la Inteligencia Artificial y desarrollarlo

Contenido

- 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 IA en un caso real y el incremento de los beneficios