

COMM04

**INTRODUCCIÓN A LA  
INTELIGENCIA  
ARTIFICIAL APLICADA  
AL MARKETING**

**INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

**50 HORAS**



# OBJETIVOS

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

100%  
ONLINE

## ÍNDICE


### MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

#### Objetivo

- Identificar los conceptos en los que se basa el estado actual de la inteligencia artificial (I.A.) para comprender cómo funcionan los desarrollos y modelos de aplicaciones profesionales basadas en inteligencia artificial.

#### Contenido

- APROXIMACIÓN A LOS CONCEPTOS BÁSICOS DE LA I.A.
  - Caracterización de la inteligencia artificial
  - Aplicaciones de la nomenclatura y conceptos asociados a la I.A.
  - Recursos necesarios para la utilización de la I.A.
  - Generación actual de aplicaciones de I.A.
- EVOLUCIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL
  - Cronología y principales hitos
  - Escuelas de pensamiento en los que se basa la I.A. Convencional. Computacional

- 
- IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES TÉCNICAS PARA EL DESARROLLO DE LA I.A.
    - Categorías de la inteligencia artificial
    - Técnicas de Aprendizaje Automático
    - Diferencias entre aprendizaje automático y aprendizaje profundo
    - Tecnologías de Apoyo. Interfaces de usuario. Visión artificial
  - ÁMBITOS DE APLICACIÓN DE LA I.A.
    - Aplicaciones actuales basadas en I.A. Aplicaciones prácticas.
    - Resolución de problemas mediante aplicaciones I.A.
    - Contexto para el uso de herramientas de I.A.
    - Requerimientos y limitaciones de las aplicaciones basadas en I.A.
  - CONTEXTO ÉTICO Y LEGAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL
    - La Inteligencia artificial, la conciencia y los sentimientos
    - Corrientes críticas
    - La propiedad intelectual de la I.A.


## **MÓDULO 2. PROCESOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADOS A LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING**

### Objetivo

- Aplicación de los procesos de la estrategia de marketing, automatizados y optimizados gracias a las técnicas disponibles de inteligencia artificial, para ser desarrollados en el ámbito de la mercadotecnia y la publicidad.

### Contenido

- APLICACIÓN DE LOS PROCESOS DE LA I.A. AL ÁMBITO DE LOS ESTUDIOS DE MERCADO
  - Caracterización de aplicaciones basadas en I.A. para análisis de mercado
  - Implicaciones éticas y legales del sector respecto al alcance de la IA
  - Utilización de técnicas y herramientas de estudio de mercado basadas en IA

- 
- DESARROLLO DE LA IA EN EL ÁMBITO DEL DISEÑO DE PRODUCTO O SERVICIO
    - Aplicación de técnicas y herramientas de I.A. para la toma de decisiones
    - Integración de metodologías de diseño y de desarrollo de IA
  - IMPLANTACIÓN DE LA I.A. EN EL ÁMBITO DE LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA
    - Caracterización de aplicaciones publicitarias basadas en IA
    - Concepto de publicidad programática
    - Utilización de herramientas y técnicas para optimizar la estrategia publicitaria
    - Gestión de imagen de marca
    - Extrapolación de técnicas y estrategias de casos de éxito
  - APLICACIÓN DE LOS ÚLTIMOS AVANCES DE LA I.A. EN MARKETING DIGITAL
    - Ecosistema de aplicaciones y técnicas más utilizados
    - Utilización de las principales herramientas para social media marketing
    - Creación y gestión de una cuenta de analítica web
    - Diseño y gestión de una campaña de publicidad web
    - Diseño y gestión de una campaña de publicidad en redes sociales

### **MÓDULO 3. DESARROLLO DE SOLUCIONES PERSONALIZADAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA EL ÁREA DE MARKETING**

#### Objetivo:

- Adquirir las habilidades básicas que permiten crear soluciones personalizadas, para analítica o predicción, dentro de la estrategia de marketing de una la organización, según diferentes niveles de conocimientos técnicos.



## Contenido

- CREACIÓN DE UN MODELO PREDICTIVO CON UNA HERRAMIENTA “NO CODE”
  - Funcionalidades y secciones de BigML
  - Seguimiento del proceso para la obtención de un modelo predictivo
  - Integración del modelo obtenido en BigML en una aplicación de marketing
- APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE GCP (GOOGLE CLOUD PLATFORM) PARA I.A.
  - Gestión de datos con BigQuery
  - Creación de un modelo predictivo con BigQuery
  - Generación de un cuadro de mandos (KPI) con DataStudio
  - Creación de un agente inteligente con DialogFlow
- INTRODUCCIÓN AL DESARROLLO DE IA CON PYTHON
  - Planteamiento de un algoritmo de ML
  - Ejecución del código para la obtención de un modelo de IA
  - Caracterización de un autoencoder y de una red neuronal convolucional
  - Proceso de diseño y programación de una solución de IA