

## **INTRODUCCION A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL MARKETING**

**Código: COMM04**

**Duración: 50 horas**

### **OBJETIVOS:**

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

### **CONTENIDOS:**

- **MÓDULO 1 INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL**
  - Conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas
  - 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.
- Habilidades de gestión, personales y sociales
- Valoración de las implicaciones éticas en la utilización de la I.A.
- Desarrollo de una actitud responsable asociada a la gestión de datos necesarios para el uso de La I.A.
- Actitud positiva hacia el trabajo en equipo y colaborativo para la consecución de una correcta aplicación en la implantación de la I.A.
- **MÓDULO 2 PROCESOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADOS A LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING**
  - Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas
  - 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
- Habilidades de gestión, personales y sociales
- Fomento de una actitud responsable en la aplicación de las implicaciones legales en la utilización de los datos

- Actitud responsable hacia la utilización de la publicidad programática y la imagen de la empresa cliente
- Concienciación sobre la necesidad de proactividad y actitud emprendedora en la autoformación y la mejora de las habilidades para alcanzar los objetivos marcados en la estrategia de marketing digital de la empresa
- **MÓDULO 3 DESARROLLO DE SOLUCIONES PERSONALIZADAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA EL ÁREA DE MARKETING**
  - Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas
  - 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

- Habilidades de gestión, personales y sociales
- Moverse con comodidad y confianza en entornos de alta complejidad, sabiendo modularizar los problemas en unidades más pequeñas y acometiendo las soluciones de éstas de forma ágil.
- Desarrollo de un pensamiento lo más abierto posible en relación al contexto técnico en el que hay que profundizar cuando se precisa personalizar especialmente la estrategia de marketing de una empresa o cliente
- Desarrollar proactividad y actitud emprendedora en la autoformación y la mejora de las habilidades para alcanzar los objetivos marcados en la estrategia de marketing digital en cada situación.