



Formación Continua



DIPLOMADO >>

# INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA EL ÁREA COMERCIAL Y DATA DRIVEN MARKETING



Modalidad Virtual

En un mundo cada vez más digitalizado y competitivo, las empresas se encuentran en la búsqueda constante de nuevas estrategias y herramientas para destacar en el mercado. En este contexto, la inteligencia artificial se ha posicionado como una de las tecnologías más prometedoras y transformadoras de nuestro tiempo. Su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos, identificar patrones y tomar decisiones basadas en ellos ha revolucionado la forma en que se desarrollan las estrategias comerciales y de marketing.

Es por ello que resulta importante que los profesionales que se desempeñan en el área comercial y de marketing conozcan conceptos clave de la inteligencia artificial, así como las técnicas y metodologías necesarias aplicadas al área comercial y el data driven marketing.

Imagina poder predecir las preferencias de tus clientes, anticiparte a sus necesidades y ofrecerles experiencias personalizadas en tiempo real. Con la inteligencia artificial, esto es posible, ya no se trata solo de segmentar a los clientes en grupos demográficos generales, sino de entender a cada individuo de manera única. La inteligencia artificial permite analizar grandes volúmenes de datos de manera eficiente y extraer información valiosa que puede utilizarse para adaptar las estrategias comerciales y de marketing de forma precisa.

## **OBJETIVO GENERAL**

Transferir herramientas y técnicas de inteligencia artificial y análisis de datos para la toma de decisiones en el área comercial y de marketing.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Al término del programa los participantes tendrán los enfoques, habilidades y herramientas para:

- Aplicar los conceptos y herramientas de la inteligencia artificial y el big data en los negocios.
- Aplicar herramientas y técnicas de minería de datos y machine learning para el análisis de información comercial y de mercado.
- Diseñar y desarrollar modelos de análisis de datos para la toma de decisiones en la gestión comercial y de marketing.
- Elaborar estrategias de marketing y ventas basadas en el análisis de datos y la inteligencia de mercado.
- Manejar herramientas de visualización de datos para la presentación de informes y análisis de resultados.
- Aplicar técnicas de inteligencia artificial para la atención al cliente y la personalización de contenidos.
- Gestionar y analizar grandes volúmenes de datos para la toma de decisiones estratégicas en el área comercial.

- Identificar oportunidades de negocio y a desarrollar estrategias de crecimiento basadas en el análisis de datos y la inteligencia de mercado.

## **DIRIGIDO A**

- Profesionales y ejecutivos que deseen mejorar su capacidad para tomar decisiones empresariales basadas en datos y aprovechar el poder de las tecnologías de análisis de datos avanzadas, como profesionales que trabajan en áreas comerciales, como la gestión de productos, la analítica de negocios, la inteligencia empresarial, la cadena de suministro y la toma de decisiones estratégicas.
- Gerentes y directivos de empresas que deseen incorporar tecnologías de análisis de datos avanzadas en sus operaciones empresariales y mejorar la eficiencia y rentabilidad de su empresa.
- Toda persona que busca adquirir nuevas habilidades para mejorar su carrera o expandir su conocimiento en el campo de la inteligencia artificial y el big data.

## **REQUISITOS TÉCNICOS**

Todos los participantes deberán contar con:

- Una laptop con procesador i3 o superior.
- Memoria RAM de 4GB o más.
- Acceso a servicio de internet.
- Auriculares.

# CONTENIDO DEL CURSO

## Módulo 1:

### **Fundamentos de la inteligencia artificial para el área empresarial**

Introducción a la inteligencia artificial y su impacto en los negocios.

- Historia y evolución de la inteligencia artificial.
- Tendencias y futuro de la inteligencia artificial en los negocios.

Áreas de aplicación de la inteligencia artificial en el comercio electrónico.

- Personalización del marketing y recomendaciones.
- Optimización de precios y estrategias de ventas.

Componentes y herramientas de la inteligencia artificial.

- Personalización del marketing y recomendaciones.
- Optimización de precios y estrategias de ventas.

Manejo de herramientas de inteligencia Artificial.

- Personalización del marketing y recomendaciones.
- Optimización de precios y estrategias de ventas.

## Módulo 2:

### **Fundamentos básicos e introducción de blockchain, big data, criptografía y su aplicabilidad en los negocios**

Definición de BIG DATA y su evolución.

- Características del BIG DATA: volumen, velocidad, variedad y veracidad.
- Evolución del BIG DATA: desde los sistemas de gestión de bases de datos hasta la era de la analítica avanzada.

Introducción al Blockchain.

- Conceptos básicos de Blockchain: bloques, cadenas, nodos y minería.
- Tipos de Blockchain: públicos, privados y consorcios.

Tipos de datos y fuentes de obtención.

- Tipos de datos: estructurados, no estructurados y semiestructurados.
- Fuentes de obtención de datos: internas y externas.

Utilidad de criptografía.

- Conceptos básicos de criptografía: cifrado y

descifrado.

- Algoritmos criptográficos: simétricos y asimétricos.

Casos de uso y oportunidades en el área comercial

- Casos de uso de BIG DATA en el área comercial: análisis de mercado, personalización de productos y servicios, entre otros.
- Casos de uso de Blockchain en el área comercial: seguimiento de la cadena de suministro, registro de propiedad intelectual, entre otros.

## Módulo 3:

### **Inteligencia de mercado y aprendizaje automático y minería de datos**

Aprendizaje automático y su aplicación en el comercio electrónico.

- Modelos de clasificación y predicción para el comportamiento del consumidor en línea.
- Uso de algoritmos de agrupamiento para segmentar a los clientes y personalizar las ofertas y promociones.

Algoritmos de minería de datos y técnicas de análisis de datos.

- Análisis de redes sociales para entender la percepción del consumidor hacia la marca o el producto.
- Técnicas de visualización de datos para representar de manera efectiva los patrones y tendencias identificadas a través de la minería de datos.

Herramientas de software para el aprendizaje automático y la minería de datos.

- Uso de herramientas de software para la detección de anomalías y la identificación de valores atípicos en grandes conjuntos de datos.
- Plataformas de automatización de procesos de aprendizaje automático para acelerar el desarrollo y la implementación de modelos.

Desarrollo de informes de resultados de inteligencia de mercados basado en la obtención de datos.

- Identificación de KPIs (Indicadores Clave de Desempeño) relevantes para medir el éxito de una campaña de marketing basada en datos.
- Visualización de datos para la comunicación de resultados a las partes interesadas y la toma de decisiones en tiempo real.

## **Módulo 4:**

### ***Chatbots y asistentes virtuales***

Chatbots y su aplicación en el comercio electrónico.

- Uso de chatbots para brindar atención al cliente en línea, incluyendo la resolución de problemas y la realización de ventas.
- Integración de chatbots con plataformas de comercio electrónico para mejorar la experiencia del usuario y aumentar las conversiones.

Diseño y programación de chatbots y asistentes virtuales.

- Diseño de conversaciones y flujos de trabajo para optimizar la interacción con los usuarios.
- Programación de chatbots utilizando lenguajes de programación comunes y herramientas de desarrollo.

Mejores prácticas para la implementación de chatbots y asistentes virtuales en la gestión comercial.

- Evaluación de las necesidades comerciales y las capacidades técnicas para determinar el mejor uso de chatbots y asistentes virtuales.
- Implementación de chatbots y asistentes virtuales de manera efectiva, incluyendo la capacitación de los empleados y la integración con otros sistemas comerciales.

Introducción al manejo de Chatbots.

- Configuración y personalización de chatbots para adaptarse a las necesidades específicas de la empresa.

Monitoreo y evaluación del desempeño de los chatbots para optimizar su eficacia y eficiencia en la gestión comercial.

## **Módulo 5:**

### ***Análisis y visualización de redes sociales (aplicación al marketing digital)***

Conceptos básicos de análisis de redes sociales.

- Tipos de datos que se pueden extraer de las redes sociales y su uso en la toma de decisiones comerciales.
- Métodos de análisis de redes sociales, incluyendo la identificación de comunidades, la medición de la centralidad y el análisis de sentimiento.

Introducción al manejo de algoritmos y redes neuronales en las redes sociales.

- Uso de algoritmos y redes neuronales para predecir el comportamiento del usuario en las redes sociales.
- Implementación de técnicas de aprendizaje profundo para mejorar la precisión y eficacia

del análisis de las redes sociales.

Manejo de inteligencia artificial para el manejo de redes sociales.

- Uso de inteligencia artificial para automatizar tareas de análisis y gestión de las redes sociales.
- Integración de herramientas de inteligencia artificial en la estrategia general de marketing digital de la empresa.

Tecnologías y herramientas de análisis de redes sociales.

- Introducción a herramientas de análisis de redes sociales como NodeXL, Gephi y Netlytic.
- Evaluación y selección de herramientas de análisis de redes sociales en función de las necesidades de la empresa.

Aplicaciones en la gestión comercial de negocios.

- Uso de análisis de redes sociales para segmentar y comprender el comportamiento de los consumidores y sus interacciones con la marca.
- Implementación de estrategias de marketing basadas en los resultados del análisis de redes sociales para mejorar la presencia y la imagen de la marca en las redes sociales.

## **Módulo 6:**

### ***Data-driven marketing y publicidad (gestión de CRM y manejo de clientes)***

Gestión de datos de clientes y CRM.

- Recopilación y análisis de datos de clientes para una mejor toma de decisiones.
- Integración y consolidación de bases de datos de clientes.

Fundamentos de Data-Driven Marketing.

- Identificación y segmentación de audiencias objetivo.
- Medición y análisis de resultados de campañas de marketing.

Tecnologías y herramientas de Data-Driven Marketing.

- Herramientas de análisis de datos y visualización.
- Plataformas de automatización de marketing y publicidad.

Personalización y experiencia del cliente.

- Implementación de estrategias de personalización y recomendación basadas en datos.
- Análisis de feedback y retroalimentación del cliente para una mejor experiencia.

Estrategias de mejora de la experiencia del cliente con inteligencia artificial.

- Implementación de chatbots y asistentes virtuales para mejorar la atención al cliente.
- Uso de sistemas de reconocimiento de voz y procesamiento de lenguaje natural para una mejor interacción con los clientes.

Data-Driven Marketing y publicidad.

- Selección de canales de publicidad adecuados basados en análisis de datos.
- Creación y gestión de campañas publicitarias basadas en datos y análisis de resultados.

Fundamentos de la gestión de datos de clientes.

- Diseño y estructuración de bases de datos de clientes.
- Administración y seguridad de datos de clientes.

Tecnologías y herramientas de CRM.

- Plataformas de gestión de relaciones con clientes (CRM).
- Herramientas de automatización y seguimiento de ventas y leads.

Análisis y toma de decisiones basadas en datos de clientes.

- Análisis de la vida útil del cliente y valor del ciclo de vida del cliente (CLV).
- Análisis de patrones de comportamiento de los clientes y segmentación de audiencias para una mejor toma de decisiones.

## Módulo 7:

### **Aplicaciones y taller de la inteligencia artificial en la gestión comercial**

Determinación de mejores herramientas de inteligencia artificial.

- Evaluación de las principales herramientas de IA para aplicaciones comerciales.
- Selección de herramientas según necesidades y presupuesto de la empresa.

Casos de uso de la IA en el marketing y la gestión de ventas.

- Análisis de casos de éxito en la aplicación de IA en marketing y ventas.
- Identificación de oportunidades para la aplicación de IA en la estrategia comercial de la empresa.

Prácticas en Inteligencia artificial para desarrollo de textos comerciales.

- Introducción al uso de algoritmos de generación de lenguaje natural.
- Desarrollo de textos comerciales con técnicas de IA para mejorar la conversión y fidelización de clientes.

Manejo de inteligencia artificial para manejo de gestión de imágenes.

- Aplicaciones de IA para la clasificación y etiquetado de imágenes.
- Uso de IA para la identificación de patrones y tendencias en imágenes comerciales.

Implementación de sistemas de recomendación y personalización de contenidos.

- Análisis de sistemas de recomendación en plataformas comerciales.
- Desarrollo e implementación de sistemas de recomendación personalizados para el negocio.

Determinación Herramientas de inteligencia artificial para el manejo de negocios.

- Análisis de herramientas de IA para la automatización de procesos empresariales.
- Selección y evaluación de herramientas de IA según las necesidades de la empresa.

## DIRECTOR ACADÉMICO



**Msc. CHRISTIAN FORONDA QUIROGA**

Universidad Adolfo Ibañez (Chile) /  
London Business School (Inglaterra)  
Florida International University (USA)  
Consultor y analista de Marketing y Management Information Technology  
Director programas de postgrado, docente UPB Cochabamba

## PLANTEL DOCENTE

El plantel docente está conformado por profesionales de reconocido prestigio en su área, los mismos son seleccionados y evaluados, bajo estrictos procedimientos que toman en cuenta metodología didáctica, facilitación del aprendizaje, transmisión de valores y experiencia laboral en la aplicación de tema.

## METODOLOGÍA

Cada módulo tendrá una duración total de tres semanas, dos de clases y una para la actividad final. Se aplicará una metodología virtual y participativa de transferencia de conocimientos, combinando actividades sincrónicas (videoconferencias) y asincrónicas (plataforma virtual) con las siguientes características:

### Clases en Salas de Videoconferencias

Se realizarán 3 sesiones de videoconferencia por semana de clases, mediante la aplicación Zoom. Estas salas son de uso sencillo y amigable, permitiendo la interacción entre los alumnos y el docente para el desarrollo de actividades colaborativas.

Todas las sesiones de videoconferencias serán grabadas y puestas a disposición de los alumnos en modo lectura en la plataforma virtual, durante la ejecución de los módulos.

### Plataforma Virtual para el Aprendizaje

La plataforma UPB Virtual está diseñada para crear espacios de enseñanza virtual, administrar, distribuir y controlar todas las actividades asincrónicas.

Para acceder al material digital y cumplir con diferentes actividades asignadas por el docente, el participante podrá ingresar a la plataforma virtual, sin restricción de horarios.

## CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

**Duración:** Cinco meses y medio.  
450 horas académicas.

**Titulación:** Al cumplir con los requisitos académicos de aprobación de los módulos el(la) participante obtendrá el certificado de *"Diplomado en Inteligencia Artificial para el Área Comercial y Data Driven Marketing"*.

Solicite información actualizada referida a precio, descuentos, planes de pago, plantel docente, horarios, cronograma tentativo y proceso de inscripción.



Management System  
ISO 9001:2015  
www.tuv.com  
ID 9108923133

Patrocinada por:



## Informaciones e Inscripciones:

☎ 712 71001

✉ luzmachicado@upb.edu

### CONTACTO NACIONAL:

✉ formacióncontinua@upb.edu  
UPB Formación Continua Central  
www.upb.edu/ceu