



Inteligencia Artificial Generativa

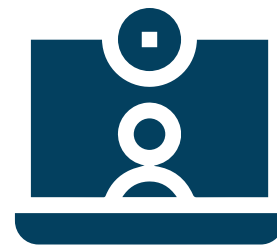
aplicada a los negocios 5.0



INFORMACIÓN IMPORTANTE



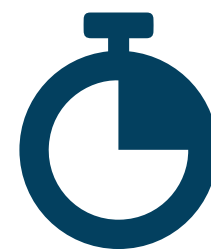
Horas por sesión:
3



Modalidad de asistencia:
Remoto



Cantidad de sesiones:
6



Total de horas:
18



Sesiones por semana:
1

DESCRIPCIÓN

Este curso libre es de naturaleza teórico-práctica, permitirá a los estudiantes adquirir habilidades específicas en la producción automatizada de contenido, el análisis predictivo y la automatización de procesos en áreas como marketing, ventas y atención al cliente, alineándose con las tendencias de la Industria 5.0 que buscan una integración entre la tecnología avanzada y la inteligencia humana para lograr una transformación sostenible.

Durante seis semanas, mediante ejercicios prácticos, foros, debates y análisis de casos, los estudiantes aplicarán conocimientos en proyectos reales, desarrollando competencias en la gestión de procesos de negocio mediante el uso de IAG.

CONTENIDO

SEMANA 1: INVESTIGACIÓN Y SU APLICACIÓN EN LOS NEGOCIOS CON IAG

- Introducción a la investigación como proceso inicial en el uso de IAG.
- Métodos para identificar oportunidades y problemas en procesos de negocio mediante análisis de datos.
- Uso de herramientas de investigación en la recolección de datos sobre tendencias de marketing digital, ventas y experiencia del cliente.

SEMANA 2: ANÁLISIS DE DATOS COMO FUNDAMENTO EN LA AUTOMATIZACIÓN Y PERSONALIZACIÓN DE PROCESOS.

- Investigación en la estructuración de bases de datos y feed de las plataformas de IAG.

SEMANA 3: PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN CON IAG EN MARKETING Y VENTAS

- Introducción a la planificación estratégica utilizando iag en el marketing digital.
- Estructura y diseño de campañas de marketing automatizadas, basadas en los datos.

SEMANA 4: ASIGNACIÓN DE TAREAS Y RECURSOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS AUTOMATIZADAS.

- Organización de bases de datos, análisis predictivo, uso de asistentes virtuales y chatbots.

SEMANA 5: DIRECCIÓN, CONTROL Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS CON IAG

- Liderazgo en la implementación de proyectos y estrategias de marketing – ventas.
- Coordinación de equipos y asignación de roles.
- Supervisión de campañas, procesos automatizados y análisis de datos.
- Herramientas de monitoreo y evaluación del impacto de estrategias de IAG.

SEMANA 6: EVALUACIÓN DEL ROI E IMPACTO DE ESTRATEGIAS, ANÁLISIS DE DATOS Y MÉTRICAS AVANZADAS.

- Revisión de la efectividad de las campañas automatizadas y personalización de procesos de experiencia del cliente.