



PROGRAMA FORMATIVO

Inteligencia artificial (IA) aplicada a Marketing Digital

Marzo 2021

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) APLICADA A MARKETING DIGITAL
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
Código:	
Nivel de cualificación profesional:	3

Objetivo general

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.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Introducción a la Inteligencia Artificial	25 horas
Módulo 2	MarTech mercado de Datos (Big Data) y e-Commerce	25 horas
Módulo 3	Marketing Digital	55 horas
Módulo 4	Aplicaciones de la IA en el marketing digital	40 horas
Módulo 5	IA y automatización del marketing	25 horas
Módulo 6	Business case de la IA aplicada al negocio digital	30 horas

Modalidades de impartición

Presencial

Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición 200 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones/ titulaciones	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none">- Título de Bachiller o equivalente.- Título de técnico superior (FP Grado Superior) o equivalente.- Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior.- Haber superado cualquier prueba oficial de acceso a la universidad- Certificado de Profesionalidad de nivel 3.- Título de Grado o equivalente.- Título de Postgrado (Máster) o equivalente.
Experiencia profesional	No se requiere.
Otros	Conocimientos informáticos a nivel de usuario.

Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.
-----------------------------------	--

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. - Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.
Experiencia profesional mínima requerida	Tendrá que acreditar al menos un año de experiencia profesional relacionada con el curso.
Competencia docente	Será necesario tener formación metodológica o experiencia docente contrastada de al menos 300 horas.
Modalidad de teleformación	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Justificación de las prescripciones de formadores y tutores

El formador/a deberá acreditar ante el centro o entidad contratante, mediante documentación original, la titulación, la experiencia profesional y la competencia docente mínima exigida, antes de su contratación.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula de gestión	45 m ²	2,4 m ² / participante

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula de gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra digital - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador - PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los alumnos. - Software específico: uso de herramientas de Marketing de Automatización: Connectif, Probanca, Hotjar, HubSpot, Marketo o InfusionSoft.

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/ participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Aula virtual

Si se utiliza el aula virtual han de cumplirse las siguientes indicaciones.

<ul style="list-style-type: none">• Características
<ul style="list-style-type: none">- La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones.- Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.
<ul style="list-style-type: none">• Otras especificaciones
<ul style="list-style-type: none">- Tecnología y equipos:<ul style="list-style-type: none">○ Equipos informáticos○ Plataforma de aprendizaje que permita la conexión síncrona de docentes y alumnos, con sistema incorporado de audio, video y posibilidad de compartir archivos, la propia pantalla u otras aplicaciones tanto por el docente como por los participantes, con registro de los tiempos de conectividad

Además, en el caso de **teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación:

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura**

- Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:
 - a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.
 - b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.
- Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.

- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

- **Servicios y soporte**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

- Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interactuar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
- Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permitan su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 12211032 Directores de departamento de marketing
- 265 Otros profesionales de las ventas, la comercialización, la publicidad y las relaciones públicas
- 26511030 Técnicos en estudio de mercado y opinión pública (Marketing)
- 26521015 Técnicos superiores en publicidad y relaciones públicas, en general

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo)

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

OBJETIVO

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

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 25 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

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

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Asimilación de la importancia de la I.A. aplicada al marketing Digital y su relación con la eficiencia en el mercado e-Commerce
- Interés por el valor añadido que supone la aplicación de la I.A. en los procesos de comercialización actuales.

MÓDULO DE FORMACIÓN 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.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 25 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- 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

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Implicación e interés por el “Mercado de Datos” y su influencia en la economía.
- Demostración de una actitud crítica sobre el impacto de las nuevas tecnologías en los procesos de marketing digital.

MÓDULO DE FORMACIÓN 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.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 55 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- 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

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Atención en las diferentes estrategias de marketing focalizadas a una mejor interacción entre los clientes y el negocio digital.
- Interés en la inclusión de nuevas herramientas en el diseño de los propios proyectos digitales.

MÓDULO DE FORMACIÓN 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.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 40 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Desarrollo y aplicación de soluciones de I.A. 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.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Predisposición en el uso de herramientas de comunicación automáticas para el alcance de objetivos de los proyectos digitales.
- Interés por el conocimiento del comportamiento de un usuario on-line.
- Tolerancia ante la opinión crítica de un cliente o usuario on-line.

MÓDULO DE FORMACIÓN 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.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 25 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- 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 I.A. 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

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Concienciación de la importancia del uso de nuevas herramientas tecnológicas como soluciones para mejorar los resultados de negocio.
- Demostración de una actitud responsable en la utilización de herramientas integrales automáticas.
- Desarrollo de una actitud positiva hacia el trabajo en equipo y colaborativo para el mejor uso de las herramientas automáticas.

MÓDULO DE FORMACIÓN 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.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 30 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- 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 I.A. en un caso real y el incremento de los beneficios.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Uso de habilidades de comunicación a través de la exposición del trabajo realizado.
- Capacidad de autovaloración de los proyectos digitales elaborados.
- Demostración de una actitud de empatía hacia los productos y procesos seleccionados por el resto de compañeros utilizados en sus propios proyectos digitales.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.