

**CERTIFICACIÓN EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL
CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

UNIDAD 3: COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & IA

1. OBJETIVO GENERAL

En la Unidad 3, con 5 módulos interactivos, nos enfocamos en la aplicación práctica de la inteligencia artificial en la comunicación estratégica. Los participantes aprenderán a crear contenido efectivo utilizando herramientas de IA, a redactar indicaciones para anuncios de marketing y a utilizar diversas herramientas digitales para diseño y edición de video. Además, exploraremos cómo la IA puede ser empleada de manera inteligente en estrategias de marketing inbound y en el recorrido de compra del cliente.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Creación de contenidos con Chatgpt/ Youcom/ Copy.ai: A lo largo de 40 horas, los participantes desarrollarán habilidades para crear contenido efectivo utilizando plataformas como Chatgpt, Youcom y Copy.ai, explorando su potencial para generar textos persuasivos y atractivos.
- Claves para redactar prompts para anuncios en marketing, prompts y herramientas de soporte de gestión: Durante 40 horas, los participantes aprenderán las mejores prácticas para redactar prompts efectivos para anuncios de marketing, así como el uso de herramientas de soporte de gestión para optimizar y automatizar procesos relacionados con la creación de contenido.
- Herramientas digitales aplicadas al diseño – Midjourney – Canva, herramientas Zoomout (Midjourney), Vary, Dall-e: En este módulo de 40 horas, los participantes explorarán diversas herramientas digitales para el diseño, como Midjourney, Canva, Zoomout, Vary y Dall-e, para crear contenido visualmente atractivo y profesional.
- Herramientas digitales aplicadas a la edición de video – recursos visuales con Captcut, Canva, AWS e Azure, Speechelo: Durante 40 horas, los participantes se familiarizarán con herramientas digitales para la edición de video, como Captcut, Canva, AWS, Azure y Speechelo, para crear contenido audiovisual de alta calidad y efectivo en la comunicación estratégica.
- Inteligencia artificial para la jornada de compra y el inbound marketing: A lo largo de 40 horas, los participantes explorarán cómo la inteligencia artificial puede ser utilizada de manera inteligente en estrategias de marketing inbound y en el recorrido de compra del cliente, identificando oportunidades para mejorar la eficacia y la personalización de las interacciones con los clientes.

**CERTIFICACIÓN EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL
CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

MÓDULO 1 – CREACIÓN DE CONTENIDOS CON IA

1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y aplicar estrategias avanzadas de comunicación estratégica utilizando herramientas de inteligencia artificial como ChatGPT, YouCom y Copy.ai. Optimizar estrategias de comunicación corporativa e institucional, creación de contenidos digitales, y diversos productos/servicios comunicacionales.

2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Comprender las características y funcionalidades específicas de ChatGPT, YouCom y Copy.ai para su aplicación en estrategias avanzadas de comunicación estratégica.
- Capacitar en el uso óptimo de las herramientas de inteligencia artificial, garantizando su integración exitosa en todas las iniciativas comunicacionales.
- Implementar y poner a prueba las estrategias diseñadas en campañas de comunicación específicas, con el fin de medirlas y ajustarlas, buscando alcanzar una destreza en el uso de herramientas de inteligencia artificial en comunicación estratégica.

3. CONTENIDOS DEL CURSO

Clases	Duración	Temas	Subtemas	Contenidos	Actividades Asíncronas*
1	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Introducción a la Comunicación Estratégica con IA	<ul style="list-style-type: none"> - Conceptos clave de comunicación estratégica - La IA en la comunicación estratégica 	<ul style="list-style-type: none"> - Explicación sobre la integración de IA en comunicación estratégica. - Ejemplos de beneficios y desafíos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar una presentación que explique los beneficios y desafíos de integrar IA en la comunicación estratégica. - Investigar cómo las herramientas de IA pueden transformar la comunicación corporativa.
2	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Exploración de Herramientas Digitales	<ul style="list-style-type: none"> Características y funcionalidades de ChatGPT, YouCom y Copy.ai - Casos de éxito 	<ul style="list-style-type: none"> - Demostración práctica de ChatGPT, YouCom y Copy.ai. - Comparación de características y aplicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Investigar y presentar sobre las herramientas digitales más populares utilizadas en la comunicación y cómo se integran con la IA. - Analizar casos de éxito de empresas que han usado estas herramientas.
3	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Integración de Herramientas en Estrategias Comunicacionales	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de estrategias de comunicación - Aplicación de IA en campañas internas y 	<ul style="list-style-type: none"> - Taller práctico para diseñar estrategias de comunicación integrando herramientas digitales. - Ejemplos de 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar un proyecto de integración de herramientas digitales para una campaña de comunicación ficticia. - Identificar oportunidades para la

**CERTIFICACIÓN EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL
CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

			externas	campañas de comunicación.	aplicación de IA en comunicaciones específicas.
4	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Creación y Personalización de Contenidos Digitales	<ul style="list-style-type: none"> - Principios de redacción con ChatGPT - Estrategias de personalización con YouCom - Técnicas de copywriting con Copy.ai 	<ul style="list-style-type: none"> - Usar ChatGPT para crear contenido digital (artículos, posts). - Elaborar una guía para personalizar contenido con YouCom. - Práctica de copywriting avanzado con Copy.ai. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crear una campaña de contenido utilizando ChatGPT y YouCom, y presentar los resultados. - Utilizar Copy.ai para escribir varios ejemplos de copywriting y compararlos con los escritos manualmente.
5	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Implementación y Evaluación de Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo y planificación de una campaña real - Consideraciones éticas - Evaluación de resultados 	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación y ejecución de una campaña utilizando herramientas de IA. - Discusión sobre consideraciones éticas y riesgos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar un plan de campaña de comunicación que integre IA y describir cada etapa del proceso. - Preparar una presentación que muestre los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas.

* Las actividades asíncronas pueden ser adaptadas libremente por el docente de acuerdo con el perfil del grupo.

4. BIBLIOGRAFIA

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7305479>
<https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/821>
https://prometeo.matem.unam.mx/recursos/VariosNiveles/iCartesilibr/recursos/Inteligencias_Artificiales_Generativas/
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6662628>
https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/17211/file_1.pdf?sequence=1 <https://repositori.upf.edu/handle/10230/25653>
<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR7222.pdf>
<https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/105612>
<https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8388>
<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=77&articulo=77-2023-04>
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8712491>

MÓDULO 2 – HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL CON IA

1. OBJETIVO GENERAL

Capacitar a los estudiantes en el uso efectivo de herramientas de inteligencia artificial aplicadas a procesos empresariales tales como la jornada de compra y estrategias de inbound marketing, proporcionándoles conocimientos teóricos y habilidades prácticas necesarias para gestionar procesos empresariales de manera eficiente y ética.

CERTIFICACIÓN EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar oportunidades de optimización con herramientas de IA en los procesos empresariales.
- Desarrollar habilidades en el diseño, implementación y gestión de chatbots y asistentes virtuales en la interacción con los clientes.
- Entender y utilizar herramientas de Inbound Marketing con IA y herramientas aliadas a la gestión interna y externa.

3. CONTENIDOS DEL CURSO

Clases	Duración	Temas	Subtemas	Contenidos	Actividades Asíncronas*
1	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Introducción a la IA en la Gestión Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - Definición y alcance de la IA en el entorno empresarial - Historia y evolución de la IA aplicada a la gestión - Impacto en eficiencia y toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> - Explicación sobre la integración de IA en la gestión empresarial. - Impacto de la IA en la toma de decisiones y procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar una presentación que explique cómo se puede integrar la IA en la gestión empresarial y sus beneficios. - Investigar la evolución de la IA en la gestión empresarial y su impacto.
2	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Herramientas de IA para Optimización de Procesos	<ul style="list-style-type: none"> - Automatización con RPA - Chatbots y atención al cliente - Redes sociales y comunicación online 	<ul style="list-style-type: none"> - Demostración de herramientas de RPA y chatbots. - Exploración de cómo las herramientas optimizan procesos 	<ul style="list-style-type: none"> - Investigar y escribir un informe sobre herramientas de IA para optimización de procesos. - Seleccionar una herramienta de IA y aplicar sus funcionalidades para optimizar un proceso empresarial específico.
3	2h Síncronas + 2h Asíncronas	IA en Gestión de Proyectos	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de IA en planificación y ejecución - Herramientas para predicción de plazos y riesgos - Estrategias de comunicación con IA 	<ul style="list-style-type: none"> - Taller práctico para diseñar un plan de proyecto utilizando IA. - Aplicación de IA en la predicción de plazos y riesgos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar un plan de proyecto utilizando IA para mejorar la gestión de tareas y recursos. - Desarrollar una presentación que explique estrategias de comunicación con IA en la gestión de proyectos.
4	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Herramientas de Análisis de Datos para Comprender al Cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción a herramientas de análisis de datos con IA - Casos de estudio sobre patrones de comportamiento - Análisis predictivo en la jornada de compra 	<ul style="list-style-type: none"> - Demostración de herramientas de análisis de datos y análisis predictivo. - Estudio de casos sobre cómo la IA revela patrones de comportamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar una herramienta de análisis de datos para analizar un conjunto de datos de clientes y presentar los resultados. - Crear una campaña de marketing automatizada utilizando IA.
5	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Automatización de Marketing y Analítica Predictiva	<ul style="list-style-type: none"> - Automatización de marketing con IA - Creación de flujos de trabajo automatizados 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de IA en la automatización de marketing y analítica predictiva. - Ejemplos de cómo 	<ul style="list-style-type: none"> - Crear una presentación que explique los conceptos de analítica predictiva y su aplicación para mejorar la toma de decisiones.

**CERTIFICACIÓN EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL
CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

			- Introducción a la analítica predictiva y su aplicación en decisiones de marketing	la automatización agiliza la jornada de compra y toma de decisiones.	- Preparar una campaña de marketing automatizada utilizando IA y presentar los resultados.
--	--	--	---	--	--

* Las actividades asíncronas pueden ser adaptadas libremente por el docente de acuerdo con el perfil del grupo.

4. BIBLIOGRAFIA

<https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/24590>
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7210980>
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eT7ABAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Optimizaci%C3%B3n+de+procesos+empresariales+con+inteligencia+artificial&ots=9y8Bj94JAg&sig=HI9EYSuC4LJsz_oCrAnCLe63sqw#v=onepage&q&f=false
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9068865>
<https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/24590>
<https://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/194>
<https://repositorio.escuelaing.edu.co/handle/001/1475>
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/652700>
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2227-18992014000300004&script=sci_arttext&tIng=en
<https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/13071>
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/21249>
<https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/24590>
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=733393>
<https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/61550>
<https://datos.unjfcc.edu.pe/index.php/BIGBANG/article/view/690>
<https://heionline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/revpropin27&div=3&id=&page=>
<https://heionline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/revpropin27&div=3&id=&page=>
<https://repository.ucatolica.edu.co/entities/publication/16e194ec-44d2-40c7-abf0-554958b9652e>
<https://infotec.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1027/402>
<https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1474>
https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/1631
<https://revistas.ulatina.ac.cr/index.php/tecnologiavital/article/view/337>

MÓDULO 3 – HERRAMIENTAS DE DESIGN CON IA

1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y aplicar criterios prácticos sobre la Comunicación Visual y Diseño Gráfico Publicitario a través de las facilidades de Herramientas de Inteligencia Artificial y su implementación en campañas de promoción de productos y servicios.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar conceptos esenciales de Inteligencia Artificial en la Comunicación Visual y el Diseño Gráfico Publicitario.
- Estudiar criterios prácticos sobre el uso de herramientas en la creación de imágenes.
- Conocer los elementos técnicos para la creación de imagen y video con herramientas de IA.
- Desarrollar habilidades técnicas de herramientas digitales.
- Estudiar y discutir casos de aplicación de Intelligencias Artificiales en campañas de promoción de productos y servicios.

**CERTIFICACIÓN EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL
CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

3. CONTENIDOS DEL CURSO

Clases	Duración	Temas	Subtemas	Contenidos	Actividades Asíncronas*
1	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Introducción y Objetivos	Contextualización de IA en diseño publicitario - Objetivos del módulo	- Presentación del docente y estudiantes. - Introducción a la IA en el diseño gráfico.	Crear una infografía que ilustre los beneficios de integrar IA en la comunicación estratégica.
2	2h Síncronas + 2h Asíncronas	El Prompt como Base Creativa	- Definición y ejemplos de prompts - Importancia del prompt en la generación de ideas	- Ejercicios prácticos de creación de prompts para texto, imágenes y videos.	- Realizar ejercicios de redacción de prompts para diferentes tipos de contenido.
3	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Herramientas de IA - OpenAI y Midjourney	- Profundización en OpenAI y Midjourney - Demostración práctica de uso	- Demostración de OpenAI y Midjourney. - Ejercicios de generación de imágenes publicitarias.	- Investigar sobre capacidades y aplicaciones de OpenAI y Midjourney en generación de contenido creativo.
4	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Herramientas de IA - Microsoft Bing y DALL-E	- Exploración detallada - Aplicaciones específicas en campañas publicitarias	- Demostración de Microsoft Bing y DALL-E. - Prácticas de generación de contenido visual.	- Utilizar Microsoft Bing y DALL-E para desarrollar imágenes para una campaña publicitaria ficticia.
5	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Ejercicios Prácticos con Canva y IA Aplicación en Campañas de Promoción	- Integración de IA en Canva - Estrategias para incorporar imágenes y videos generados por IA	- Integración de IA en Canva para diseño de recursos visuales. - Creación de una campaña de promoción utilizando herramientas de IA.	Diseñar una campaña de promoción utilizando herramientas de IA y presentar un plan detallado. - Participar en un desafío creativo con Canva y herramientas de IA.

* Las actividades asíncronas pueden ser adaptadas libremente por el docente de acuerdo con el perfil del grupo.

4. BIBLIOGRAFIA

Alina Wheeler (2017). Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team
 Dabner, David y Stewart, Sandra (6 ed.) (2018). Fundamentos y prácticas: diseño gráfico Blume
 Davis, Melissa (2 ed.) (2016). Fundamentos del branding Parramón Paidotribo
 Grigori, S. (2011). Métodos modernos de Inteligencia Artificial. Hoyos Ballesteros, R. (Primera) (2016). Branding ECOE.
 Lupton, E. (2012). Intuición, Acción, Creación Graphic Design Thinking
 Lupton, E. (Segunda) (2019). El diseño como storytelling El diseño como storytelling
 Rico, J. (2020). El diseñador gráfico en la era de la inteligencia artificial

**CERTIFICACIÓN EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL
CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

MÓDULO 4 – LABORATORIO DE REELS CON IA

1. OBJETIVO GENERAL

El módulo "Laboratorio de Reels y Producción de Videos con IA" tiene como objetivo principal capacitar a los participantes en el uso de herramientas y técnicas avanzadas de inteligencia artificial para la producción y edición de videos, con un enfoque especial en la creación de reels y contenido audiovisual innovador.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Familiarizarse con los conceptos básicos de la inteligencia artificial aplicada a la producción audiovisual.
- Explorar herramientas y tecnologías de inteligencia artificial utilizadas en la producción de videos y reels.
- Aprender técnicas avanzadas de edición de video y audio impulsadas por IA para mejorar la calidad y la creatividad de los contenidos.
- Desarrollar habilidades prácticas en la creación y producción de reels utilizando herramientas de IA.
- Comprender cómo la inteligencia artificial está transformando la industria audiovisual y el marketing digital.
- Aplicar estrategias de producción y edición de videos con IA para aumentar el engagement y la interacción con la audiencia.
- Analizar casos de estudio y buenas prácticas en la producción de videos con IA en diferentes plataformas digitales.
- Fomentar la creatividad y la innovación en la producción de contenido audiovisual mediante el uso de herramientas de IA.

3. CONTENIDOS DEL CURSO

Clases	Duración	Temas	Subtemas	Contenidos	Actividades Asíncronas*
1	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Exploración de Estrategias Digitales con IA y Neuromarketing	- Neuromarketing - Importancia de la narrativa visual - Preproducción, Producción y Postproducción	- Investigación sobre un caso de estudio que utilice neuromarketing y IA. - Mantener un diario durante un proyecto audiovisual, documentando cada etapa y el uso de IA.	- Investigar un caso de estudio de una empresa que haya utilizado neuromarketing y IA en sus campañas. - Mantener un diario durante un proyecto audiovisual, documentando cada etapa y el uso de IA.

**CERTIFICACIÓN EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL
CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

2	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Storyboard Potenciado por IA	Fundamentos del guion - Aplicación del storytelling y storyboard.	- Escribir un guión corto aplicando los fundamentos. - Desarrollar un storyboard para el guión utilizando herramientas de IA.	- Escribir un guión corto aplicando los fundamentos de estructura, personajes y diálogos. - Desarrollar un storyboard para el guión utilizando herramientas de IA.
3	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Optimización de Contenidos a través de Funnels Inteligentes	- Mejora de funnels de conversión con IA - Personalización de contenidos	- Analizar un caso de estudio donde se haya utilizado IA para optimizar un funnel. - Crear una guía sobre personalización de contenidos en un funnel.	- Analizar un caso de estudio donde se haya utilizado IA para optimizar un funnel de conversión. - Crear una guía sobre cómo utilizar herramientas de IA para personalizar contenidos en un funnel de conversión.
4	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Técnicas de Iluminación y Sonido para Producciones Audiovisuales	- Leyes de composición fotográfica - Principios básicos de iluminación y sonido	- Realizar un proyecto audiovisual utilizando ClipDrop IA. - Realizar un proyecto fotográfico aplicando principios de iluminación y composición.	Realizar un proyecto audiovisual utilizando ClipDrop IA y documentar el proceso. - Realizar un proyecto fotográfico aplicando las leyes de composición y los principios de iluminación.
5	2h Síncronas + 2h Asíncronas	Laboratorio de Reels	- Edición con CapCut - Técnicas avanzadas (máscara de recorte, fotogramas clave)	- Editar un reel utilizando CapCut y aplicar técnicas avanzadas. - Preparar y presentar el proyecto final.	- Editar un reel utilizando CapCut y aplicar técnicas avanzadas como máscara de recorte y fotogramas clave. - Preparar y presentar el proyecto final, integrando todos los conceptos aprendidos durante el curso.

* Las actividades asíncronas pueden ser adaptadas libremente por el docente de acuerdo con el perfil del grupo.

4. BIBLIOGRAFÍA:

- Gómez, J. A., & Rodríguez, M. C. (2018). Neuromarketing: Aplicaciones Prácticas en la Toma de Decisiones del Consumidor. Revista de Investigación en Marketing, 12(3), 45-58.
- Kahneman, D. (2011). Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux.
- Berger, J. (2016). Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age. Simon and Schuster.
- Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. HarperCollins Publishers.
- Heath, C., & Heath, D. (2007). Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die. Random House.
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press.

**CERTIFICACIÓN EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL
CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

Leberecht, T. (2018). The Business Romantic: Give Everything, Quantify Nothing, and Create Something Greater Than Yourself. HarperBusiness.

Liedtka, J. (2014). Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value. Columbia University Press.

Pink, D. H. (2018). When: The Scientific Secrets of Perfect Timing. Riverhead Books.

Recursos en línea:

Adobe Premiere Pro - Software de edición de video profesional.

Final Cut Pro - Herramienta de edición de video avanzada para usuarios de Mac.

Davinci Resolve - Software de edición de video y corrección de color.

Wibbitz - Herramienta de creación de videos automatizada.

Lumen5 - Plataforma para crear videos a partir de texto.

Rocketium - Herramienta para crear videos con plantillas personalizables.

MÓDULO 5 – HERRAMIENTAS DE IA & IMBOUND MARKETING

1. OBJETIVO GENERAL

El módulo "Herramientas y Imbound Marketing" tiene como objetivo principal proporcionar a los participantes los conocimientos y habilidades necesarios para implementar estrategias efectivas de Imbound Marketing, haciendo uso de herramientas digitales y técnicas de análisis web.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender los fundamentos y la importancia del Imbound Marketing.
- Aplicar estrategias de Imbound Marketing en diferentes etapas del embudo de ventas. Analizar casos prácticos de éxito en la implementación de Imbound Marketing.
- Adquirir conocimientos básicos de SEO y su aplicación en la estrategia de contenido. Utilizar herramientas de análisis web para mejorar la estrategia de marketing. Implementar herramientas como SEM Rush para mejorar la visibilidad en motores de búsqueda.
- Crear contenido atractivo y relevante para atraer y convertir leads.
- Diseñar landing pages efectivas y estrategias de lead nurturing.
- Utilizar HubSpot para la creación de landing pages y flujos de correos automatizados. Analizar los resultados de la estrategia de Imbound Marketing e identificar áreas de mejora.
- Desarrollar un proyecto final que incluya la implementación de una estrategia de Imbound Marketing completa.

3. CONTENIDOS DEL CURSO

Clases	Duración	Temas	Subtemas	Contenidos	Actividades Asíncronas*
1	2h Sincronas + 2h Asíncronas	Introducción al Imbound Marketing	- Historia y principios fundamentales del Imbound Marketing.	Presentación histórica y conceptual del Imbound Marketing. Discusión sobre su relevancia actual.	Analizar un caso de estudio de una empresa que haya implementado los principios del Imbound Marketing.

**CERTIFICACIÓN EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL
CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

2	2h Sincronas + 2h Asíncronas	El Embudo de Ventas y Estrategias de Imbound	- Estructura y fases del embudo de ventas. Estrategias para cada etapa.	Análisis de casos de aplicación del Imbound Marketing en el embudo. Desarrollo de estrategias para cada fase.	Comparar modelos de embudos de ventas y diseñar una campaña de Imbound Marketing para todas las etapas del embudo.
3	2h Sincronas + 2h Asíncronas	SEO Básico	- Fundamentos de SEO. Estrategias para mejorar el posicionamiento en buscadores.	Introducción al SEO y prácticas para optimizar contenido.	- Investigar y analizar sitios web aplicando fundamentos de SEO. Redactar una lista de estrategias básicas de SEO.
4	2h Sincronas + 2h Asíncronas	Herramientas de Análisis Web e Investigación	- Tipos de herramientas para análisis web. Uso para investigación de mercado.	Demostración de herramientas de análisis web y prácticas de investigación de mercado.	- Comparar herramientas de análisis web y realizar una investigación de mercado presentando los resultados.
5	2h Sincronas + 2h Asíncronas	Contenido Imbound y Creación de Landing Pages	- Tipos de contenido Imbound. Diseño y optimización de landing pages.	Creación de ejemplos de contenido Imbound y diseño de landing pages.	- Diseñar y optimizar una landing page. - Analizar casos de estudio de estrategias de lead nurturing.

* Las actividades asíncronas pueden ser adaptadas libremente por el docente de acuerdo con el perfil del grupo.

4. BIBLIOGRAFÍA

- SEMrush Academy. (Fecha de último acceso: 22 de octubre de 2023). Recuperado de <https://es.semrush.com/academy/>
- HubSpot Academy. (Fecha de último acceso: 22 de octubre de 2023). Recuperado de <https://academy.hubspot.com/es/courses?>
- Handley, A., & Chapman, C. C. (2010). Content Rules. Wiley.
- Hunt, B. (2011). ¡Convert!: Designing Web Sites to Increase Traffic and Conversion. Wiley.
- Stratten, S. (2012). UnMarketing: Stop Marketing. Start Engaging. Wiley