

Negocios Digitales

Certificación Profesional en IA, Redes y Marketing

El desafío está en saber delegar en IA para gestionar inteligentemente.

El nuevo paradigma exige una gestión inteligente y automatizada de los activos digitales. La aceleración tecnológica ha integrado la **Inteligencia Artificial Generativa** en el núcleo del Marketing Digital, transformando la manera en que entendemos el comportamiento del consumidor, creamos contenido y optimizamos la inversión publicitaria.

Característica	Rol Tradicional	Luego de cursar la Certificación
Rol del Humano	Ejecutor de tareas	Director de apps
Uso de Datos	Reportes históricos	Analítica predictiva
Contenido	Centrado en la plataforma	Centrado en la herramienta transversal

Esta certificación no se focaliza en "hacer marketing", más bien en entender su potencial y saber gestionar los equipos de trabajo "humanos + IA" en un entorno cambiante.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

1. Presentar las herramientas de IA Generativa que pueden ser aplicadas a la creación de activos, investigación de audiencias y redacción publicitaria.
2. Desplegar estrategias de SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing) y redes sociales potenciadas por lógicas, que sirven para

optimizar el posicionamiento y el retorno de inversión mediante automatización.

3. Brindar las herramientas para desarrollar un ecosistema de medición inteligente utilizando analítica avanzada para predecir tendencias y comportamientos del usuario.
4. Facilitar la ejecución de un plan integral de Marketing Digital e IA aplicado a casos reales, desde la captación de demanda hasta la fidelización en e-commerce.

OBJETIVOS DE FORMACIÓN

Que los estudiantes puedan:

1. Diseñar y auditar estrategias de contenido multiplataforma asistidas por IA, manteniendo la identidad y el tono de marca.
2. Implementar flujos de trabajo automatizados para la gestión de redes sociales y campañas de performance, reduciendo tiempos operativos.
3. Dominar el ciclo integral del Marketing Digital: desde la comprensión de las últimas tendencias y el manejo técnico de plataformas (SEO, SEM y Contenidos), hasta la ejecución, monitoreo y optimización de campañas basadas en reportes de performance y datos concretos.

PERFIL DEL PARTICIPANTE

Emprendedores, dueños de PyMEs y graduados de carreras de negocios o comunicación/marketing que busquen actualizarse ante el impacto de la IA en el Marketing Digital. Es ideal para quienes ya gestionan activos digitales o quieren empezar a hacerlo, pero necesitan dar el primer paso y avanzar hacia la implementación de automatizaciones con IA.



METODOLOGÍA

En esta certificación se trabajará bajo la modalidad de "IA-Augmented Strategy". Los contenidos se compartirán mediante encuentros sincrónicos centrados en la resolución de casos y el manejo de herramientas en tiempo real. De forma asincrónica, los estudiantes accederán a materiales conceptuales que deberán explorar previamente a los encuentros sincrónicos. Se desarrollará un proyecto integrador transversal donde el alumno construirá un ecosistema digital asistido por IA de principio a fin de la cursada.

CONOCIMIENTOS MÍNIMOS

Se recomienda contar con experiencia básica en el uso de plataformas digitales o redes sociales. No es necesario saber programar, pero sí se requiere una mentalidad abierta a la experimentación tecnológica y un nivel de inglés básico para interactuar con interfaces de herramientas de IA.

PROGRAMA

MÓDULO 1: ACTIVOS DIGITALES E INTRODUCCIÓN A LA IA

- **Apareciendo en el mundo digital:** Importancia de la presencia Online y gestión de riesgos en la era de los bots.
- **Infraestructura Web:** Dominios, Hosting, DNS y protocolos de seguridad (HTTP/HTTPS).
- **CMS y Desarrollo Ágil:** Introducción a los sistemas de gestión de contenidos. Uso de herramientas de **IA Generativa** para el prototipado y lanzamiento de sitios web funcionales y landing pages en tiempo récord.

- **Google My Business:** Optimización de fichas de negocio locales con redacción asistida por IA.

MÓDULO 2: EL CLIENTE, AUDIENCIAS Y PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

- **Estrategia y Funnel:** Tendencias de Marketing Digital. El Funnel de Conversión y el Customer Journey mapeados con modelos predictivos.
- **Segmentación Avanzada:** Concepto de Audiencia y segmentación. Creación de **Buyer Personas sintéticos**.
- **Contenidos y Marca:** Definición de Personalidad y Tono de Marca. Generación de Insights creativos y matrices de contenido mediante LLMs.

MÓDULO 3: CAPTAR LA DEMANDA - SEO Y ANALÍTICA DE DATOS

- **SEO (Search Engine Optimization):** Funcionamiento de los motores de búsqueda modernos. SEO On Page y Off Page.
- **Keyword Research 2.0:** Investigación de palabras clave y *long-tails* utilizando inteligencia artificial semántica (**Gemini y otros LLMs**) para entender la intención de búsqueda real.
- **Fundamentos de Analítica:** Marketing basado en datos. Definición de KPIs en el funnel. Diferencia entre Pixeles y Cookies en un mundo *cookieless*.
- **Herramientas de Medición:** Implementación de Google Tag Manager y Google Analytics 4 (GA4). Uso de **analítica conversacional (AI Data Analysis)** para interpretar reportes y detectar anomalías automáticamente. Mapas de calor.

MÓDULO 4: GENERAR DEMANDA - SEM (GOOGLE ADS)

- **Fundamentos SEM:** Conceptos de Ad Rank y Quality Score. Tipos de concordancia y *keywords* negativas.
- **Ecosistema Google Ads:** Creación y optimización de campañas de Búsqueda, PMax, Display, Video y Shopping.
- **Automatización e IA en Ads:** Uso de la experiencia conversacional de Google Ads para la generación de activos (títulos, descripciones e imágenes). App Scripts para automatización del control de campañas.



MÓDULO 5: REDES SOCIALES (META, LINKEDIN, TIKTOK)

- **Ecosistema Social:** Marketing en Facebook e Instagram. Alcance orgánico vs. pago.
- **Otras Plataformas:** Estrategias B2B en LinkedIn y viralidad en TikTok.
- **Creatividad Aumentada:** Uso de **IA Generativa de Imagen y Video** para la producción de creativos y adaptaciones de formato. Planificación de parrillas de contenido asistidas por copilotos estratégicos (**Opal + Gemini**).

MÓDULO 6: E-MAIL MARKETING Y MOBILE

- **Estrategia de Contacto Directo:** Evolución, tendencias y marco legal (spam) del e-Mail Marketing.
- **Operativa:** Tipos de e-Mails, anatomía de un correo exitoso y plataformas de envío.
- **Optimización Predictiva:** Uso de IA para la redacción de Subject Lines de alta apertura, personalización dinámica y A/B testing automatizado.

MÓDULO 7: E-COMMERCE Y MONETIZACIÓN

- **Ecosistema de Comercio Electrónico:** Modelos de e-Commerce y plataformas (Tienda Nube, Shopify, etc.).
- **Operaciones:** Medios de pago (Gateways), logística (Last Milers) y CRM.
- **Marketplaces:** Estrategias para vender en Mercado Libre y Mercado Ads.
- **IA en E-commerce:** Implementación de chatbots de atención al cliente.

MÓDULO 8: PROYECTO INTEGRADOR FINAL

- **Trabajo Integrador:** Cierre y presentación de un plan de marketing digital completo para un caso real, a propuesta del participante, o ficticio ("Super Tienda").
- **Defensa:** Justificación de la estrategia seleccionada y demostración del uso de herramientas de IA para la optimización de recursos y maximización de resultados.

REQUISITOS DE APROBACIÓN

Asistencia mínima al 75% de los encuentros sincrónicos. Entrega y defensa del Plan de Marketing Digital IA 2026 (Trabajo Final Integrador).

CUERPO DOCENTE

GREGORIO LASTRA

Ingeniero Industrial (ITBA – Diploma de Honor), Profesor (UCA).

Magister Ejecutivo en Administración de Empresas (IAE). Con más de 20 años de experiencia en consultoría de negocios, estrategia y marketing en empresas locales y multinacionales.

CoFounder en 4ALL, agencia de Marketing Digital con presencia en la región.

Adicionalmente es docente en grado y posgrado en universidades locales y del exterior (ITBA/UB/UNLZ/UDELAR/UCB/UAGRM Business School). Es speaker en temas de tecnologías innovadoras y promotor activo de la sustentabilidad y la digitalización.

BÁRBARA LÓPEZ MALBRÁN

Más de 10 años de experiencia en el ecosistema digital. Empezó trabajando en agencias de publicidad, como Community Manager para luego especializarse en campañas digitales, centrándose en la estrategia integral de una marca. Con múltiples capacitaciones se fue especializando en diferentes plataformas como Meta Ads, Google Ads, Twitter, LinkedIn, entre otras. Actualmente desarrolló su propia marca personal como Digital Marketing Manager con una visión integral del negocio, haciendo foco en el producto y/o servicio del anunciante. Acompaña a grandes y pequeñas empresas en su crecimiento desde la planificación, desarrollo e implementación de una estrategia integral de marketing.



➤ Acreditación: **Certificación Profesional en IA, Redes y Marketing**

➤ Modalidad: **Virtual**

➤ Duración: **40 hs (20 sincrónicas + 20 asincrónicas)**

➤ Cursada: **miércoles de 18.30 a 21.00 hs**
