



Marketing digital con inteligencia artificial aplicada

ÁREA: Web social

PRESENTACIÓN

El marketing digital integra estrategias, servicios y herramientas del entorno digital que, actualmente, se potencian mediante la aplicación de la inteligencia artificial para posicionar, promover, expandir, diversificar y comercializar productos, servicios o proyectos en distintos contextos. El conocimiento y la implementación de estas tecnologías permiten diseñar estrategias más eficientes, optimizar procesos, analizar información para la toma de decisiones y fortalecer la relación costo-beneficio de las acciones de marketing. Asimismo, la incorporación de herramientas de inteligencia artificial aplicada favorece la generación de contenidos, la automatización de tareas y el aprovechamiento de datos para responder a las nuevas demandas del entorno digital.

PERFIL DE INGRESO

El curso está diseñado para profesionales de diversas disciplinas, emprendedores y líderes de comunicación, marketing o ventas que deseen actualizar sus competencias digitales. Es ideal para quienes buscan integrar la inteligencia artificial de forma estratégica y práctica en sus actividades comerciales y de difusión.

Como requisito de ingreso, es indispensable que la persona interesada cuente con conocimientos básicos en el manejo del sistema operativo Windows, navegación en Internet y herramientas ofimáticas, en particular en el uso de hojas de cálculo (Excel o equivalente), así como en el manejo básico de redes sociales y plataformas digitales.

OBJETIVO

El participante diseñará y evaluará estrategias de marketing digital apoyadas en herramientas de inteligencia artificial para la generación de contenidos, posicionamiento y comunicación digital, mediante la planificación e implementación de tácticas sustentadas en el análisis de métricas e indicadores, con el propósito de valorar su impacto y costo-beneficio, aplicando las disposiciones vigentes de protección de datos y principios de uso responsable de la información.



TEMARIO

1. FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL
 - 1.1. Conceptos básicos del marketing digital
 - 1.2. Evolución del marketing digital
 - 1.2.1. Marketing centrado en el cliente
 - 1.2.2. Omnicanalidad
 - 1.2.3. Personalización basada en datos
 - 1.2.4. Automatización e inteligencia artificial
 - 1.3. El nuevo consumidor digital y el customer journey omnicanal
 - 1.4. Ecosistema del marketing digital
 - 1.5. La IA generativa como herramienta del marketing
 - 1.5.1. Casos de uso
 - 1.5.2. Limitaciones y riesgos
 - 1.5.3. Ética y transparencia
 - 1.5.4. Fundamentos de Prompt Engineering para marketing
2. VISIBILIDAD Y PRESENCIA DIGITAL
 - 2.1 Sitio Web
 - 2.1.1 Enfoque mobile-first
 - 2.1.2 Experiencia de usuario (UX)
 - 2.2 Blog corporativo y marketing de contenidos
 - 2.3 Posicionamiento en buscadores: SEO y SEM
 - 2.4. Visibilidad en la búsqueda con IA
 - 2.4.1 AI Overview
 - 2.4.2 GEO (Generative Engine Optimization)
 - 2.4.3 AEO (Answer Engine Optimization)
 - 2.4.4 Creación de contenido para motores generativos
 - 2.5 Publicidad display y programática
3. CANALES PARA LLEGAR Y CONVERSAR CON LOS CLIENTES
 - 3.1. Email marketing y automatización
 - 3.1.1. Flujos automatizados
 - 3.1.2. Segmentación
 - 3.1.3. Lead nurturing
 - 3.2. Redes sociales y video corto vertical (Tik Tok, Reels, Shorts)
 - 3.3. Social Ads
 - 3.3.1. Meta
 - 3.3.2. TikTok
 - 3.4. Google Ads (Search y Performance Max)
 - 3.5. Marketing conversacional
 - 3.5.1. WhatsApp Business
 - 3.5.2. Chatbots con IA
 - 3.5.3. Atención automatizada al cliente
 - 3.6. Social commerce, live shopping y marketplace/retail media



- 3.7. Marketing de influencers y creadores de contenido
- 3.8. Tendencias emergentes
 - 3.8.1. Agentes de IA para marketing
 - 3.8.2. Automatización inteligente
- 4. PLANEACIÓN, MEDICIÓN E INTEGRACIÓN ESTRATÉGICA
 - 4.1 Diagnóstico inicial: presencia, consumidor, competencia, mercado y FODA
 - 4.2 Privacidad, consentimiento y datos propios (LFPDPPP 2025)
 - 4.3 Embudo de conversión (AIDA)
 - 4.4 KPI: CPM, CTR, CPC, CPL, CPA, ROI/ROAS
 - 4.5 Engagement
 - 4.6 Métricas de la era de la IA
 - 4.6.1 Zero-click
 - 4.6.2 Visibilidad en motores generativos
 - 4.7 Herramientas de medición
 - 4.7.1 Google Analytics 4
 - 4.7.2 Looker Studio
 - 4.7.3 Social listening
 - 4.7.4 Métricas de campañas impulsadas por IA
 - 4.8 Análisis cuantitativo y cualitativo
 - 4.8.1 Presentación de resultados en tablero
- 5. PROYECTO INTEGRADOR DE MARKETING DIGITAL CON IA
 - 5.1 Diagnóstico de mercado y consumidor
 - 5.2 Generación de contenidos con IA
 - 5.3 Diseño de campaña digital
 - 5.4 Estrategia de visibilidad SEO-GEO
 - 5.5 Medición y optimización de resultados

PERFIL DE EGRESO

Al finalizar el curso, la persona participante será capaz de elaborar un plan de marketing que integre el diseño de una estrategia digital y el análisis de resultados para evaluar el costo-beneficio de la inversión realizada, mediante el uso ético de herramientas de inteligencia artificial, optimizando su posicionamiento en buscadores tradicionales y generativos, y actuando conforme al marco vigente en materia de protección de datos.

DURACIÓN

30 horas



RECURSOS INFORMÁTICOS

- Cuenta de correo electrónico
- Conexión a Internet

HARDWARE

- Procesador x86 Intel o AMD de 2GHz de doble núcleo o superior
- Memoria RAM instalada de 16 GB RAM
- 20 GB libres en disco duro
- Pantalla con una resolución de 1024x768 o superior
- Cámara
- Micrófono
- Bocinas

SOFTWARE

- Microsoft Windows 11 o superior.
- Navegador de internet actualizado.
- Claude
- ChatGPT
- Gemini
- Microsoft Copilot
- Google Analytics 4
- Google Ads
- Google Keyword Planner
- Meta Ads Manager
- TikTok Ads
- Mailchimp o Stripo
- Canva
- WhatsApp Business
- Microsoft Excel

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

- Aguilar Yuste, M. (2021). *Gueto WhatsApp*. Círculo Rojo.
- Bendle, N., Farris, P., Pfeifer, P., & Reibstein, D. (2021). *Key marketing metrics* (3rd ed.). FT Publishing International.
- Caelen, O. (2024). *Desarrollo de aplicaciones con GPT-4 y ChatGPT: Cree chatbots inteligentes, generadores de contenido y mucho más*. Anaya Multimedia.
- Centro de Estudios Estratégicos e Internacionales (CSIS). (2025). *Digital economy and e-commerce trends*. CSIS. <https://www.csis.org>
- Chaffey, D. (2024). *Marketing digital: Estrategia, implementación y práctica*. Pearson.
- Clay, B., & Jones, K. B. (2022). *Search engine optimization all-in-one for dummies* (4th ed.). For Dummies.
- Diario Oficial de la Federación. (2025, 20 de marzo). *Decreto por el que se expide la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares*. Secretaría de Gobernación. <https://www.dof.gob.mx>



- Enge, E., & Ridner, A. (2025). *Uso de la IA generativa para el SEO*. O'Reilly Media.
- Florido, M. (2025). *Curso de marketing digital: Diseña estrategias más efectivas y en menos tiempo*. Ediciones Anaya Multimedia.
- Gartner, Inc. (2024). *Predictions for search and generative AI adoption through 2026*. Gartner Research.
- Google. (2025, abril). *Privacy Sandbox: Actualizaciones sobre cookies de terceros y privacidad en la web*. Google. <https://privacysandbox.com>
- Google. (2025, octubre). *Actualización sobre el futuro de Privacy Sandbox y las cookies de terceros*. Google. <https://privacysandbox.com>
- Gómez, C. (2023). *TikTok: Trucos y consejos para conseguir seguidores*. Ra-Ma Editorial.
- Hoyos Ballesteros, R. (2025). *Plan de marketing: Diseño, implementación y control. Con enfoque en gerencia de mercadeo*. ECOE Ediciones.
- Incubeta. (2025). *El social commerce representa cerca del 40 % de las ventas en línea en México*. Marketing4eCommerce México. <https://marketing4ecommerce.mx>
- Kotler, P. (2024). *Marketing empresarial: Más allá del profesionalismo, hacia la creatividad, el liderazgo y la sostenibilidad*. Ediciones Granica.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2024). *Marketing 6.0*. Almuzara.
- Mazier, D. (2025). *Diseño UI-UX: Diseño de sitios web y aplicaciones con y para los usuarios*. Ediciones ENI.
- McKinsey & Company. (2024). *The state of AI in early 2024: Generative AI adoption spikes and starts to generate value*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com>
- Merino Sanz, M. J. (2025). *Fundamentos de marketing: Contexto, estrategias y herramientas en los entornos on y off*. ESIC Editorial.
- MexaCreativa. (2025). *Estadísticas de redes sociales y TikTok en México 2025*. MexaCreativa. <https://mexacreativa.com>
- Mirabella, K. N., & Butow, E. (2026). *AI chatbots for dummies*. For Dummies.
- Similarweb. (2025). *Generative Engine Optimization (GEO) Guide 2026*. Similarweb. <https://www.similarweb.com>
- Similarweb. (2025). *The rise of zero-click searches and AI-driven discovery*. Similarweb. <https://www.similarweb.com>
- Vollmert, M., & Rheinwerk Publishing, Inc. (2026). *Google Analytics 4*. Packt Publishing.