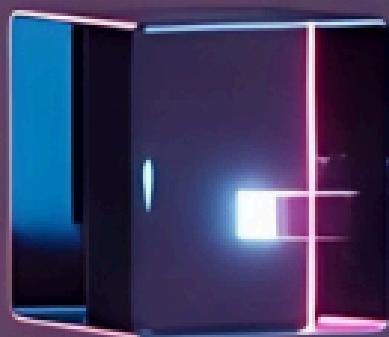


apen ANYS 50
SOLUCIONS INFORMÀTIQUES



Formación
2026

Curso
Marketing y
Ventas con IA

Objetivos generales Al finalizar el curso, el participante será capaz de:

- Comprender los fundamentos de la Inteligencia Artificial y su aplicación en marketing y ventas.
- Utilizar herramientas basadas en IA para crear contenidos, automatizar tareas y analizar datos.
- Mejorar la personalización de mensajes y estrategias comerciales mediante el uso ético y eficaz de la IA.
- Integrar la IA en los procesos cotidianos de comunicación, atención al cliente y ventas.

Sesión 1 – Introducción a la Inteligencia Artificial en Marketing**Contenidos:**

1. ¿Qué es la IA y cómo está transformando el marketing y las ventas? 2. Conceptos básicos: aprendizaje automático, modelos de lenguaje y asistentes inteligentes.
 3. Ejemplos reales: chatbots, segmentación automatizada, análisis predictivo. Actividad práctica: "Mapeo de IA en mi día a día": detectar dónde puede aplicarse IA en tu trabajo.
-

Sesión 2 – IA y la creación de contenido inteligente**Contenidos:**

1. Primeros pasos con la IA: cuenta, interfaz y estructura de conversación.
 2. Ingeniería de prompts para marketing y ventas: cómo pedir bien para obtener mejores resultados.
 3. Casos prácticos: redacción de emails, publicaciones, descripciones de producto y guiones de venta. Actividad práctica: "Taller de prompts": crear y mejorar 3 mensajes comerciales reales con IA.
-

Sesión 3 – Automatización de procesos y productividad comercial**Contenidos:**

1. Cómo usar la IA para ahorrar tiempo: plantillas, generación de informes, respuestas automáticas.

2. Integración con herramientas de uso diario (Excel, Word, Correo, redes sociales). Introducción a Copilot, Zapier y otras plataformas de apoyo. Actividad práctica: crear un flujo de trabajo automatizado (por ejemplo, responder consultas o generar un informe semanal).
-

Sesión 4 – Análisis de datos y segmentación inteligente

Contenidos:

1. Cómo la IA analiza y clasifica clientes: segmentación, scoring, comportamiento de compra.
 2. Uso de herramientas de análisis predictivo-accesibles.
 3. Interpretación de datos generados por IA y decisiones estratégicas. Actividad práctica: Simulación de campaña: crear una segmentación y personalizar mensajes con IA.
-

Sesión 5 – Ética, personalización y futuro del marketing con IA

Contenidos:

1. Uso responsable y ético de la IA: sesgos, privacidad, transparencia.
 2. La IA como apoyo al talento humano: cómo mantener la autenticidad.
 3. Tendencias futuras: IA multimodal, generación de vídeo, asistentes virtuales personalizados.
- Actividad final: Proyecto integrador – diseñar una acción comercial.