

Nº	Operador De Herramientas De La Aplicada A La Administración Y Gestión De Pymes
0	Presentación curso – metodología de trabajo – campus – cuentas - entrega de trabajos Compartimos: Que es la IA – Como podemos y queremos utilizarla en el ámbito personal / laboral
1	Bloque 1: Introducción a la Inteligencia Artificial (15 horas) - ¿Qué es la IA? Definición, historia, tipos de IA (débil, fuerte, general). - Conceptos clave: Aprendizaje Automático (Machine Learning), Aprendizaje Profundo (Deep Learning), Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN), Visión por Computadora.
2	- El ciclo de vida de un proyecto de IA (recolección de datos, entrenamiento, evaluación, despliegue). - Fundamentos teóricos de aprendizaje automático (la cantidad, calidad y preparación de datos, entrenamiento del modelo, evaluación de rendimiento)
3	- Beneficios y desafíos de la IA en la sociedad actual. - Consideraciones éticas fundamentales (sesgos, privacidad, transparencia).
4	TRABAJO FIN MODULO 1
5	Bloque 2: El Ecosistema de la Inteligencia Artificial (15 horas) - Principales actores y empresas en el campo de la IA. - Plataformas y herramientas de IA accesibles para no programadores.
6	- Tendencias actuales y futuras de la IA. Casos de uso inspiradores de la IA en diversos sectores (incluyendo ejemplos breves en educación y administración).
7	TRABAJO FIN MODULO 2
8	Bloque 3: Aplicaciones de la IA en la Gestión Empresarial y practica aplicada (60 horas) - IA en Marketing y Ventas (sistemas de recomendación, personalización, chatbots, análisis de sentimiento, predicción de demanda).
9	- IA en Finanzas (detección de fraude, análisis de riesgo crediticio, pronóstico financiero)
10	- IA en Recursos Humanos (selección de personal, análisis de desempeño, predicción de rotación).
11	- IA en Operaciones y Logística (optimización de rutas, mantenimiento predictivo, gestión de inventario).
12	- Estudios de caso detallados de implementación de IA en empresas.
13	TRABAJO FIN MODULO 3
14	Bloque 4: Implementación y Gestión de Proyectos de IA en la Empresa (10 horas) - Identificación de oportunidades de IA en la organización. - Definición y alcance de proyectos de IA. - Colaboración con equipos técnicos de IA.
15	- Aspectos legales y éticos específicos para la empresa (protección de datos de clientes, etc.). - Medición del retorno de la inversión (ROI) de proyectos de IA. - Gestión del cambio y adopción de la IA en la cultura organizacional
16	TRABAJO FIN MODULO 4

	OPERADOR DE HERRAMIENTAS DE MARKETING Y VENTA DIGITAL
0	Presentación: Presentación • Contenidos del curso – aprobación (tiempo y forma) • Metodología de trabajo (clase invertida) • Presentación del campus – acceso – foro – entrega act (avatar divertido) • Mentimeter (Que es el marketing – Que es la creatividad)
1	MÓDULO 1: Estrategias de Marketing y Experiencia del Usuario Introducción al marketing digital y al operador de herramientas Objetivo: Comprender el rol del operador de marketing digital y el contexto de las estrategias digitales.
2	El cliente y su experiencia Objetivo: Identificar al cliente como eje central de la estrategia.
3	Perfiles, segmentos y buyer persona Objetivo: Definir segmentos y perfiles de clientes.
4	Canales, medios y etapas del embudo de conversión Objetivo: Comprender la relación entre los canales y las etapas del embudo.
5	MÓDULO 2: Analítica Web y Medición Introducción a la analítica web Objetivo: Comprender los fundamentos de la medición digital.
6	Estructura de cuentas y configuración Objetivo: Conocer la estructura de cuentas, usuarios y accesos.
7	Seguimiento, eventos y URLs Objetivo: Identificar y configurar eventos y seguimiento.
8	Métricas, dimensiones y reportes Objetivo: Interpretar correctamente los reportes de adquisición y conversión.
9	MÓDULO 3: Contenidos Digitales y Posicionamiento de Marca Conciencia y posicionamiento de marca Objetivo: Comprender los conceptos de marca, posicionamiento y voz.
10	Estrategia de contenidos digitales Objetivo: Diseñar una estrategia de contenido alineada a objetivos.
11	Relevancia, segmentación y dosis de información Objetivo: Ajustar el contenido según audiencia y canal.
12	MÓDULO 4: Redes Sociales y Herramientas Estrategia en redes sociales Objetivo: Conocer las principales plataformas y su diferencial.
13	Herramientas de gestión y social listening Objetivo: Usar herramientas para la gestión eficiente de redes.
14	MÓDULO 5: Publicidad Digital Fundamentos de la publicidad en medios digitales Objetivo: Comprender los tipos de medios y objetivos publicitarios.
15	Estructura y administración de campañas Objetivo: Conocer la estructura de campañas digitales.
16	Medición, optimización e informes finales Objetivo: Medir resultados y elaborar informes de rendimiento.
Clase 17 y 18	Acompañamiento actividad integradora: “Lanzamiento Digital de un Producto”