

Experto Universitario

Optimización de Campañas y Automatización de Comercio Electrónico con Inteligencia Artificial



Experto Universitario Optimización de Campañas y Automatización de Comercio Electrónico con Inteligencia Artificial

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/inteligencia-artificial/experto-universitario/experto-optimizacion-campanas-automatizacion-comercio-electronico-inteligencia-artificial

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología de estudio

pág. 22

06

Titulación

pág. 32

01

Presentación

La optimización de campañas y la automatización del Comercio Electrónico con la Inteligencia Artificial ofrecen una amplia gama de beneficios para las empresas en el mundo digital actual. A través de algoritmos avanzados, estas tecnologías permiten analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real, identificar patrones de comportamiento de los clientes y ajustar estrategias de marketing de manera precisa y eficiente. Además, la automatización facilita la gestión de inventario, la optimización de precios y la atención al cliente. De esta premisa surge este exhaustivo programa de TECH, completamente en línea, fundamentado en la innovadora técnica *Relearning*. Y, gracias a su flexibilidad, los participantes podrán acceder a los contenidos en cualquier momento y lugar, adaptándose a sus necesidades personales.



“

La integración de IA en el Comercio Electrónico impulsará tu eficiencia operativa, fortaleciendo tu competitividad empresarial. ¡No pierdas esta oportunidad de capacitarte con la revolucionaria metodología Relearning!”

La Optimización de Campañas y Automatización de Comercio Electrónico con Inteligencia Artificial brinda una serie de beneficios significativos, que impulsan la eficiencia y el rendimiento de las estrategias comerciales en línea. Al aprovechar la potencia de la IA, las empresas pueden personalizar y perfeccionar sus campañas publicitarias, adaptándolas de manera dinámica a las preferencias y comportamientos de los usuarios. La automatización, por otro lado, libera a Recursos Humanos al encargarse de tareas rutinarias, permitiendo a los equipos enfocarse en la creatividad y la innovación.

En este contexto, TECH ha diseñado este Experto Universitario, que profundizará en la aplicación de la Inteligencia Artificial en la optimización de campañas publicitarias. Así, los profesionales serán capaces de utilizar Emarsys para implementar la publicidad personalizada, aprovechando técnicas avanzadas de segmentación y targeting con Eloqua, para alcanzar audiencias específicas en diversas etapas del ciclo de vida del cliente.

Asimismo, se explorará el análisis de datos de Marketing Digital con Inteligencia Artificial, abordando aspectos como la detección de patrones y tendencias ocultas, el análisis de sentimiento de marca, la predicción de resultados de campañas, y la evaluación de riesgos y oportunidades en estrategias de Marketing. Finalmente, se explorará la implementación de *chatbots* y asistentes virtuales para atención al cliente, la detección y prevención de fraudes en transacciones con Sift, y el análisis para identificar comportamientos sospechosos en tiempo real. Además, se promoverá la ética y responsabilidad en el uso de la IA, asegurando la transparencia en la recopilación y uso de datos.

Así, este plan de estudios universitarios, completamente virtual, ofrecerá a los egresados la flexibilidad de seguirlo desde cualquier lugar y en cualquier momento. De esta manera, solo requerirán de un dispositivo con conexión a Internet para acceder a todos los materiales de aprendizaje. Y todo esto se llevará a cabo siguiendo la metodología *Relearning*, que se centra en la repetición de los conceptos fundamentales para garantizar una comprensión óptima del contenido.

Este **Experto Universitario en Optimización de Campañas y Automatización de Comercio Electrónico con Inteligencia Artificial** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Optimización de Campañas y Automatización de Comercio Electrónico con Inteligencia Artificial
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



La capacidad de análisis predictivo de la IA te permitirá anticipar tendencias del mercado y ajustar estrategias en tiempo real, maximizando así el retorno de la inversión”

“

La Optimización de Campañas y Automatización con IA potenciará tu toma de decisiones informada, la personalización efectiva y tu eficacia operativa. ¡Benefíciate de los recursos multimedia más innovadores de TECH!”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Gracias a este programa 100% online, optimizarás los presupuestos publicitarios mediante la Inteligencia Artificial, realizando un seguimiento automatizado de resultados y ajustes en tiempo real.

Utilizarás herramientas como Brandwatch para analítica de redes sociales, potenciando la identificación de nichos de mercado y el monitoreo de tendencias emergentes.



02 Objetivos

Este Experto Universitario tiene como meta dotar a los profesionales con las habilidades y conocimientos necesarios para dominar las complejidades del entorno digital actual. De hecho, este programa capacitará a los egresados en el diseño, implementación y gestión de estrategias de Marketing Digital altamente efectivas, aprovechando al máximo el potencial de la Inteligencia Artificial. Así, al finalizar la titulación, los alumnos estarán preparados para optimizar campañas publicitarias, maximizar el retorno de inversión, mejorar la experiencia del cliente y detectar oportunidades de crecimiento, en el competitivo mundo del Comercio Electrónico.



“

Profundizarás en técnicas avanzadas de segmentación, targeting y análisis predictivo, para personalizar y perfeccionar tus estrategias de Marketing Digital”



Objetivos generales

- ♦ Implementar aplicaciones de Inteligencia Artificial en Marketing Digital y comercio electrónico para mejorar la eficiencia y efectividad de las estrategias
- ♦ Mejorar la experiencia del usuario en Marketing Digital mediante el uso de Inteligencia Artificial para la personalización dinámica de sitios web, aplicaciones y contenido
- ♦ Implementar sistemas de Inteligencia Artificial para la automatización de procesos en e-Commerce, desde la gestión de inventario hasta el servicio al cliente
- ♦ Investigar y aplicar modelos predictivos de Inteligencia Artificial para identificar tendencias emergentes en el mercado y anticipar las necesidades de los clientes
- ♦ Colaborar en proyectos interdisciplinarios para integrar soluciones de Inteligencia Artificial con plataformas de Marketing Digital existentes y desarrollar nuevas estrategias
- ♦ Evaluar el impacto de las tecnologías de Inteligencia Artificial en el Marketing Digital y el comercio electrónico, tanto desde una perspectiva empresarial como ética



Adquirirás competencias en la implementación de herramientas de automatización, como chatbots, para maximizar la eficiencia operativa y mejorar la toma de decisiones estratégicas”





Objetivos específicos

Módulo 1. Optimización de campañas y aplicación de Inteligencia Artificial

- Implementar la Inteligencia Artificial y la publicidad personalizada con Emarsys para crear anuncios altamente personalizados y dirigidos a audiencias específicas
- Aplicar técnicas avanzadas de segmentación y targeting de anuncios con Eloqua para llegar a audiencias específicas en diferentes etapas del ciclo de vida del cliente
- Optimizar los presupuestos publicitarios mediante Inteligencia Artificial para maximizar el retorno de inversión y la eficacia de las campañas
- Realizar un seguimiento y análisis automatizado de los resultados de las campañas para realizar ajustes en tiempo real y mejorar el rendimiento
- Implementar *A/B testing* automatizado y adaptativo para identificar audiencias de alto valor y optimizar el contenido creativo de las campañas
- Automatizar tareas de SEO técnico y análisis de palabras clave con Spyfu, utilizando Inteligencia Artificial para realizar análisis de atribución multicanal

Módulo 2. Análisis de datos de Marketing Digital con Inteligencia Artificial

- Detectar patrones y tendencias ocultas en los datos de mMarketing y realizar análisis de sentimiento de la marca
- Predecir resultados de campañas y conversiones, detectar anomalías y optimizarla experiencia del cliente utilizando análisis predictivo
- Realizar análisis de riesgos y oportunidades en estrategias de Marketing, incluyendo análisis predictivo en tendencias de mercado y evaluación de la competencia
- Utilizar la Inteligencia Artificial y la analítica de redes sociales con Brandwatch para identificar nichos de mercado, monitorear tendencias emergentes y realizar análisis de sentimientos

Módulo 3. Inteligencia Artificial para automatizar procesos en e-Commerce

- Integrar la Inteligencia Artificial en el embudo de conversión para analizar datos de ventas y rendimientos en todas las etapas del proceso de compra
- Implementar *chatbots* y asistentes virtuales para atención al cliente las 24/7, utilizando la Inteligencia Artificial para generar respuestas automáticas y recopilar *feedback*
- Detectar y prevenir fraudes en transacciones en e-Commerce con Sift, utilizando la Inteligencia Artificial para detectar anomalías y verificar identidades
- Realizar análisis con Inteligencia Artificial para detectar comportamientos sospechosos y patrones fraudulentos en tiempo real
- Promover la ética y responsabilidad en el uso de la Inteligencia Artificial en el Comercio Electrónico, asegurando la transparencia en la recopilación y uso de datos
- Explorar las tendencias futuras de la Inteligencia Artificial en el ámbito del Marketing y el Comercio Electrónico con REkko

03

Dirección del curso

Los docentes son expertos líderes en el campo del Marketing Digital y la Inteligencia Artificial. De hecho, han sido seleccionados cuidadosamente por su profundo conocimiento y experiencia práctica en áreas clave, como la aplicación de IA en estrategias de Comercio Electrónico, la optimización de campañas publicitarias, el análisis de datos y la automatización de procesos. Además, estos profesionales no solo poseen una sólida capacitación académica, sino también una trayectoria probada en la industria, lo que les permitirá impartir conocimientos actualizados y relevantes a los egresados.



“

Los docentes de este Experto Universitario están comprometidos con tu capacitación y te guiarán adecuadamente para enfrentarte a los desafíos del mundo real, en el ámbito del Marketing Digital y el Comercio Electrónico”

Dirección



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO y CTO en Prometeus Global Solutions
- CTO en Korporate Technologies
- CTO en AI Shepherds GmbH
- Consultor y Asesor Estratégico Empresarial en Alliance Medical
- Director de Diseño y Desarrollo en DocPath
- Doctor en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Doctor en Economía, Empresas y Finanzas por la Universidad Camilo José Cela
- Doctor en Psicología por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Máster en Executive MBA por la Universidad Isabel I
- Máster en Dirección Comercial y Marketing por la Universidad Isabel I
- Máster Experto en *Big Data* por Formación Hadoop
- Máster en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Miembro de: Grupo de Investigación SMILE



Dña. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Especialista en Educación, Negocios y Marketing
- ♦ Responsable de Capacitaciones Técnicas en Securitas Seguridad España
- ♦ *Product Manager* en Seguridad Electrónica en Securitas Seguridad España
- ♦ Analista de Inteligencia Empresarial en Ricopia Technologies
- ♦ Técnico Informático y Responsable de Aulas informáticas OTEC en la Universidad de Alcalá de Henares
- ♦ Colaboradora en la Asociación ASALUMA
- ♦ Grado en Ingeniería Electrónica de Comunicaciones en la Escuela Politécnica Superior, Universidad de Alcalá de Henares

Profesores

D. Nájera Puente, Juan Felipe

- ♦ Analista de Datos y Científico de Datos
- ♦ Director de Estudios e Investigación en el Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior
- ♦ Programador de la Producción en Confiteca C.A.
- ♦ Consultor de Procesos en Esefex Consulting
- ♦ Analista de Planificación Académica en Universidad San Francisco de Quito
- ♦ Máster en *Big Data* y Ciencia de Datos por la Universidad Internacional de Valencia
- ♦ Ingeniero Industrial por la Universidad San Francisco de Quito

Dña. Del Rey Sánchez, Cristina

- ♦ Administrativa de Gestión del Talento en Securitas Seguridad España, SL
- ♦ Coordinadora de Centros de Actividades Extraescolares
Clases de apoyo e intervenciones pedagógicas con alumnos de Educación Primaria y Educación Secundaria
- ♦ Posgrado en Desarrollo, Impartición y Tutorización de Acciones Formativas e-Learning
- ♦ Posgrado en Atención Temprana
- ♦ Graduada en Pedagogía por la Universidad Complutense de Madrid

04

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Optimización de Campañas y Automatización de Comercio Electrónico con Inteligencia Artificial ofrecerá una capacitación integral de temas fundamentales para el éxito digital actual. Desde la aplicación de la Inteligencia Artificial en la personalización de campañas publicitarias y el análisis predictivo para maximizar el retorno de inversión, hasta la implementación de herramientas avanzadas de automatización y técnicas de segmentación y *targeting*, este programa proporcionará a los profesionales las habilidades y conocimientos necesarios para diseñar y ejecutar estrategias efectivas en el Comercio Electrónico.



“

Abordarás el análisis de datos de Marketing con Inteligencia Artificial, la integración de la IA en el embudo de conversión y la detección y prevención de fraudes en transacciones online”

Módulo 1. Optimización de campañas y aplicación de Inteligencia Artificial

- 1.1. Inteligencia Artificial y publicidad personalizada con Emarsys
 - 1.1.1. Segmentación de audiencia precisa usando algoritmos
 - 1.1.2. Recomendador de productos y servicios
 - 1.1.3. Optimización del embudo de conversión
- 1.2. Segmentación y *targeting* avanzado de anuncios con Eloqua
 - 1.2.1. Segmentación por segmentos de audiencia personalizados
 - 1.2.2. Segmentación por dispositivos y plataformas
 - 1.2.3. Segmentación por etapas del ciclo de vida del cliente
- 1.3. Optimización de presupuestos publicitarios mediante Inteligencia Artificial
 - 1.3.1. Optimización continua basada en datos
 - 1.3.2. Uso de datos de rendimiento de anuncios en tiempo real
 - 1.3.3. Segmentación y *targeting*
- 1.4. Creación y distribución automatizada de anuncios personalizados con Cortex
 - 1.4.1. Generación de creatividades dinámicas
 - 1.4.2. Personalización de contenidos
 - 1.4.3. Optimización del diseño creativo
- 1.5. Inteligencia Artificial y optimización de campañas de Marketing con Adobe Target
 - 1.5.1. Distribución multiplataforma
 - 1.5.2. Optimización de la frecuencia
 - 1.5.3. Seguimiento y análisis automatizado
- 1.6. Análisis predictivo para optimización de campañas
 - 1.6.1. Predicción de tendencias de mercado
 - 1.6.2. Estimación del rendimiento de la campaña
 - 1.6.3. Optimización del presupuesto
- 1.7. *A/B testing* automatizado y adaptativo
 - 1.7.1. *A/B testing* automatizado
 - 1.7.2. Identificación de audiencias de alto valor
 - 1.7.3. Optimización del contenido creativo
- 1.8. Optimización en tiempo real basada en datos con Evergage
 - 1.8.1. Ajuste en tiempo real
 - 1.8.2. Predicción del ciclo de vida del cliente
 - 1.8.3. Detección de patrones de comportamiento





- 1.9. Inteligencia Artificial en SEO y SEM con BrightEdge
 - 1.9.1. Análisis de palabras clave usando Inteligencia Artificial
 - 1.9.2. Segmentación de audiencias avanzadas con herramientas de Inteligencia Artificial
 - 1.9.3. Personalización de anuncios usando Inteligencia Artificial
- 1.10. Automatización de tareas de SEO técnico y análisis de palabras clave con Spyfu
 - 1.10.1. Análisis de atribución multicanal
 - 1.10.2. Automatización de campañas usando Inteligencia Artificial
 - 1.10.3. Optimización automática de la estructura del sitio web gracias a Inteligencia Artificial

Módulo 2. Análisis de datos de Marketing Digital con Inteligencia Artificial

- 2.1. Inteligencia Artificial en análisis de datos para Marketing con Google Analytics
 - 2.1.1. Segmentación de audiencias avanzada
 - 2.1.2. Análisis predictivo de tendencias usando Inteligencia Artificial
 - 2.1.3. Optimización de precios usando herramientas de Inteligencia Artificial
- 2.2. Procesamiento y análisis automatizado de grandes volúmenes de datos con RapidMiner
 - 2.2.1. Análisis de sentimiento de la marca
 - 2.2.2. Optimización de campañas de Marketing
 - 2.2.3. Personalización de contenido y mensajes con herramientas de Inteligencia Artificial
- 2.3. Detección de patrones y tendencias ocultas en los datos de Marketing
 - 2.3.1. Detección de patrones de comportamiento
 - 2.3.2. Detección de tendencias usando Inteligencia Artificial
 - 2.3.3. Análisis de atribución de Marketing
- 2.4. Generación de *insights* y recomendaciones basadas en datos con Data Robot
 - 2.4.1. Análisis predictivo gracias a la Inteligencia Artificial
 - 2.4.2. Segmentación avanzada de audiencias
 - 2.4.3. Recomendaciones personalizadas
- 2.5. Inteligencia Artificial en análisis predictivo para Marketing con Sisense
 - 2.5.1. Optimización de precios y ofertas
 - 2.5.2. Análisis de sentimiento y opinión con Inteligencia Artificial
 - 2.5.3. Automatización de informes y análisis

- 2.6. Predicción de resultados de campañas y conversiones
 - 2.6.1. Detección de anomalías
 - 2.6.2. Optimización de la experiencia del cliente
 - 2.6.3. Análisis de impacto y atribución
- 2.7. Análisis de riesgos y oportunidades en estrategias de Marketing
 - 2.7.1. Análisis predictivo en tendencias de mercado
 - 2.7.2. Evaluación de la competencia
 - 2.7.3. Análisis de riesgos de reputación
- 2.8. Pronósticos de ventas y demanda de productos con ThoughtSpot
 - 2.8.1. Optimización del Retorno de la Inversión (ROI)
 - 2.8.2. Análisis de riesgos de cumplimiento
 - 2.8.3. Oportunidades de innovación
- 2.9. Inteligencia Artificial y analítica de redes sociales con Brandwatch
 - 2.9.1. Nichos de mercado y su análisis con Inteligencia Artificial
 - 2.9.2. Monitoreo de tendencias emergentes
- 2.10. Análisis de sentimientos y emociones en redes sociales con Clarabridge
 - 2.10.1. Identificación de *influencers* y líderes de opinión
 - 2.10.2. Monitorización de la reputación de la marca y detección de crisis

Módulo 3. Inteligencia Artificial para automatizar procesos en e-Commerce

- 3.1. Automatización en Comercio Electrónico con Algolia
 - 3.1.1. Automatización de atención al cliente
 - 3.1.2. Optimización de precios
 - 3.1.3. Personalización de recomendaciones de productos
- 3.2. Automatización en los procesos de compra y gestión de inventario con Shopify flow
 - 3.2.1. Gestión de inventario y logística
 - 3.2.2. Detección y prevención de fraudes
 - 3.2.3. Análisis de sentimientos
- 3.3. Integración de Inteligencia Artificial en el embudo de conversión
 - 3.3.1. Análisis de datos de ventas y rendimientos
 - 3.3.2. Análisis de datos en la etapa de conciencia
 - 3.3.3. Análisis de datos en la etapa de conversión



- 3.4. *Chatbots* y asistentes virtuales para atención al cliente
 - 3.4.1. Inteligencia Artificial y asistencia 24/7
 - 3.4.2. *Feedbacks* y respuestas
 - 3.4.3. Generación de consultas/respuestas con herramientas de Inteligencia Artificial
- 3.5. Optimización de precios y recomendador de productos en tiempo real gracias a la Inteligencia Artificial con Google Cloud AI Platform
 - 3.5.1. Análisis de precios competitivos y segmentación
 - 3.5.2. Optimización de precios dinámicos
 - 3.5.3. Predicción de sensibilidad al precio
- 3.6. Detección y prevención de fraudes en transacciones en *e-Commerce* con Sift
 - 3.6.1. Detección de anomalías con ayuda de la Inteligencia Artificial
 - 3.6.2. Verificación de identidad
 - 3.6.3. Monitoreo en tiempo real con Inteligencia Artificial
 - 3.6.4. Implementación de reglas y políticas automatizadas
- 3.7. Análisis con Inteligencia Artificial para detectar comportamientos sospechosos
 - 3.7.1. Análisis de patrones sospechosos
 - 3.7.2. Modelado de comportamiento con herramientas de Inteligencia Artificial
 - 3.7.3. Detección de fraudes en tiempo real
- 3.8. Ética y responsabilidad en el uso de la Inteligencia Artificial en Comercio Electrónico
 - 3.8.1. Transparencia en la recopilación y uso de datos utilizando herramientas de Inteligencia Artificial con Watson
 - 3.8.2. Seguridad de los datos
 - 3.8.3. Responsabilidad en el diseño y desarrollo con Inteligencia Artificial
- 3.9. Toma de decisiones automatizadas con Inteligencia Artificial con Watson Studio
 - 3.9.1. Transparencia en el proceso de toma de decisiones
 - 3.9.2. Responsabilidad por los resultados
 - 3.9.3. Impacto social
- 3.10. Tendencias futuras de Inteligencia Artificial en el ámbito del Marketing y el Comercio Electrónico con REkko
 - 3.10.1. Automatización de Marketing y publicidad
 - 3.10.2. Análisis predictivo y prescriptivo
 - 3.10.3. Comercio electrónico visual y búsqueda
 - 3.10.4. Asistentes de compras virtuales

05

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

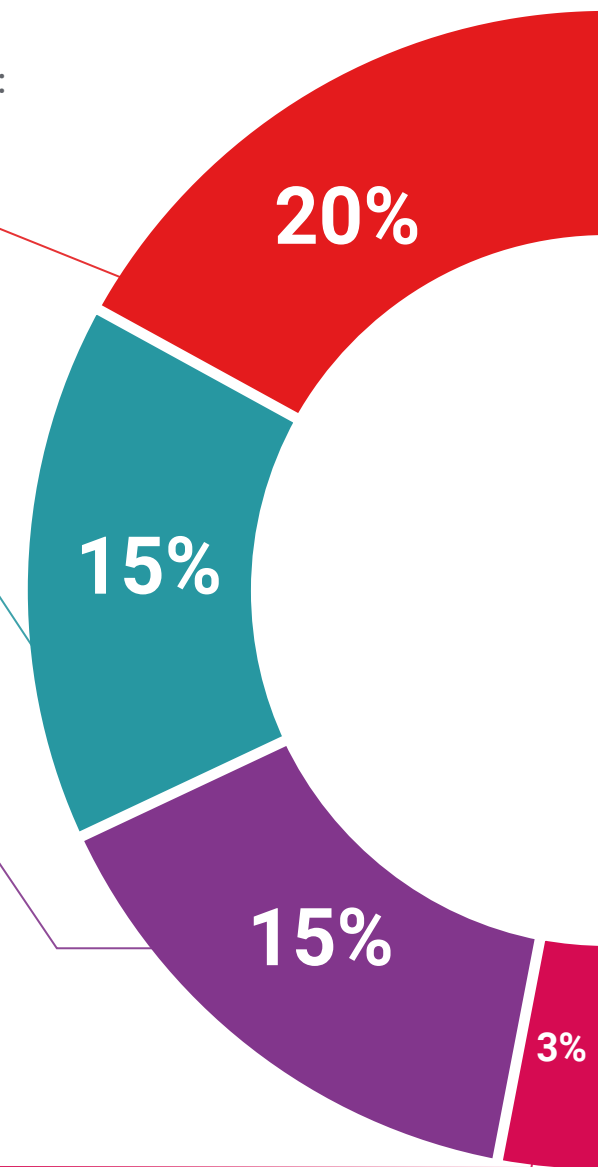
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

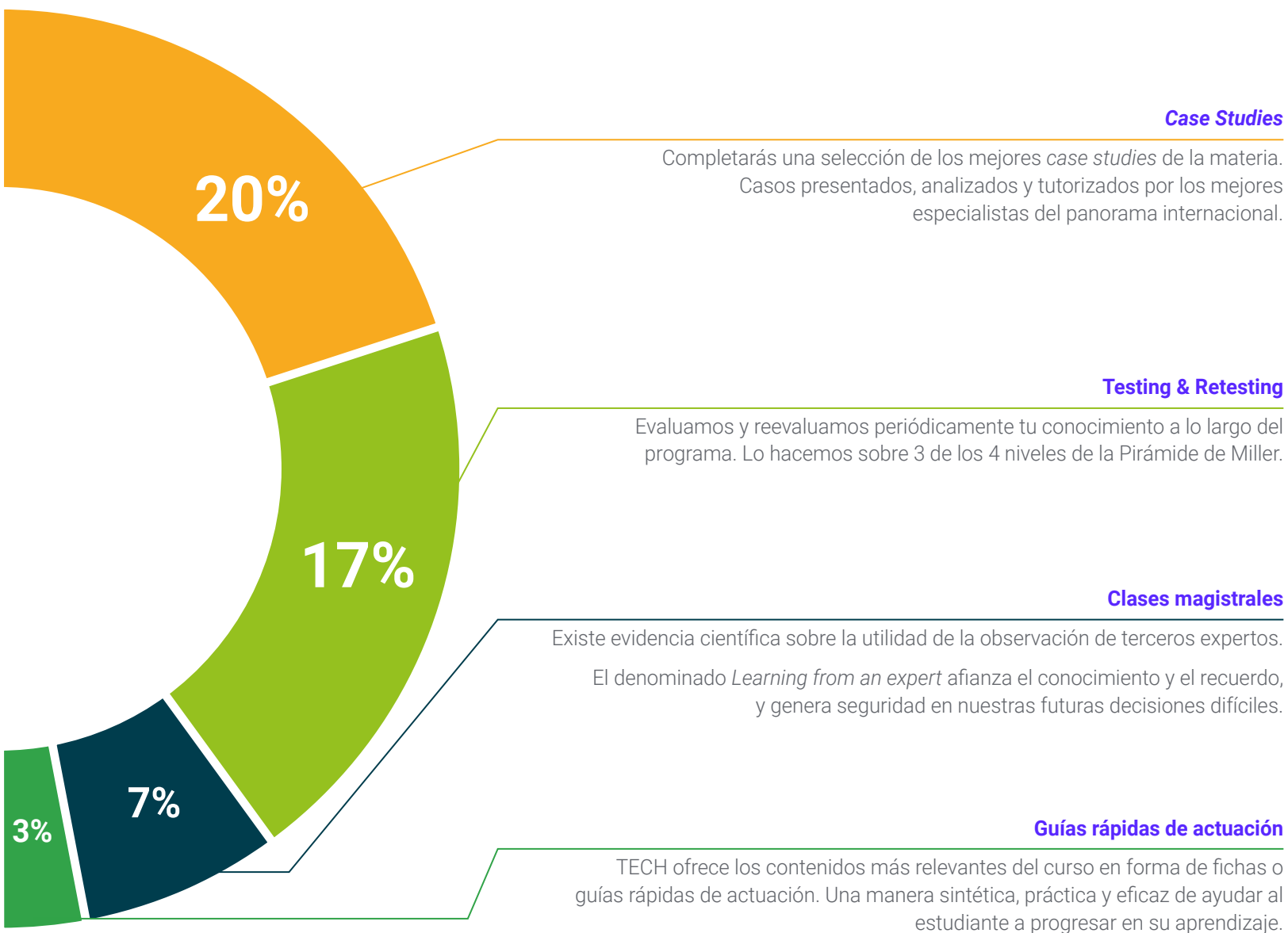
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





06

Titulación

El Experto Universitario en Optimización de Campañas y Automatización de Comercio Electrónico con Inteligencia Artificial garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto expedido por TECH Universidad.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Optimización de Campañas y Automatización de Comercio Electrónico con Inteligencia Artificial** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Diplomado** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el diplomado, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Optimización de Campañas y Automatización de Comercio Electrónico con Inteligencia Artificial**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 semanas**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario
Optimización de Campañas
y Automatización de Comercio
Electrónico con Inteligencia Artificial

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Optimización de Campañas y Automatización de Comercio Electrónico con Inteligencia Artificial

