

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: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtute.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

pág. 22

06

Titulación

pág. 30

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 educativo 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 Prometheus 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



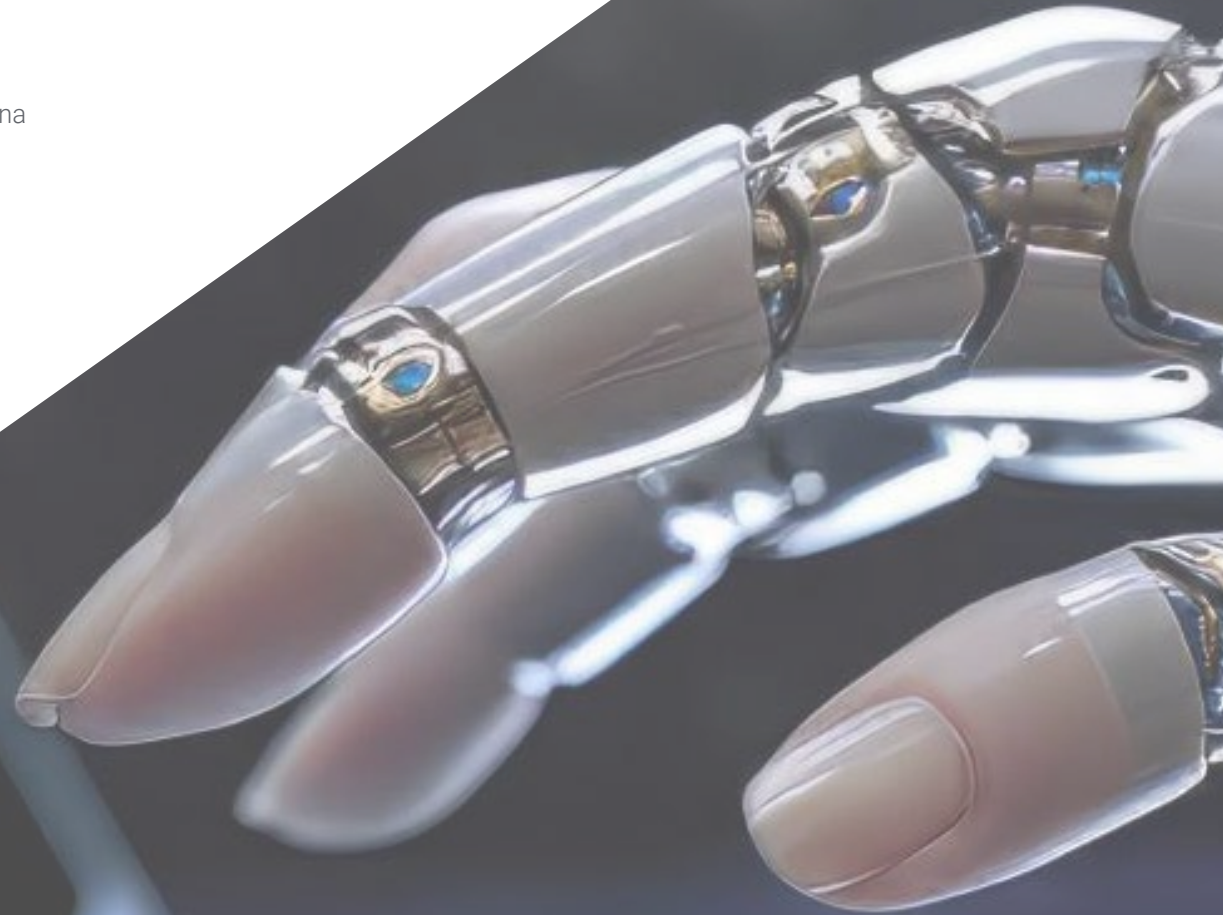
- 3.4. *Chatbots* y asistentes virtuales para atención al cliente
 - 3.4.1. Inteligencia Artificial y asistencia 24/7
 - 3.4.2. *Feedbacks* y respuestas
 - 3.4.3. Generación de consultas/respuestas con herramientas de Inteligencia Artificial
- 3.5. Optimización de precios y recomendador de productos 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

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de Informática del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán 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.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



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 Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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 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 **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, 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**

ECTS: **18**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION 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: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Experto Universitario

Optimización de Campañas
y Automatización de Comercio
Electrónico con Inteligencia Artificial

