



MARKETING CON IA

Este programa integra la inteligencia artificial generativa en los procesos estratégicos y operativos del marketing moderno, con un enfoque orientado a la toma de decisiones y la ejecución profesional. El participante transita desde los fundamentos de los modelos LLM y el prompting profesional hasta la construcción de sistemas de marketing completos que incluyen segmentación inteligente, branding con IA, generación de contenido multicanal, diseño de campañas B2B y B2C, automatización de funnels y analítica de resultados. El programa combina teoría orientada a decisiones con talleres prácticos de alta intensidad, utilizando exclusivamente herramientas gratuitas aplicadas a escenarios de negocio reales de la región. Cada sesión contribuye progresivamente al entregable final:

CONOCIMIENTOS PREVIOS:

- Conocimientos básicos de marketing digital

EL PARTICIPANTE SERA CAPAZ DE :

- Comprender el funcionamiento real de los LLM y sus limitaciones críticas en contextos de marketing
- Diseñar prompts de marketing profesionales usando los frameworks RAFA y COSTAR
- Construir segmentación, buyer persona e ICP accionables con asistencia de IA
- Articular propuestas de valor diferenciadas y posicionamiento de marca con IA
- Generar contenido estratégico multicanal a escala con consistencia de marca
- Diseñar y ejecutar campañas B2B y B2C asistidas por IA con criterio de performance
- Construir funnels y flujos de automatización básicos con herramientas gratuitas
- Interpretar métricas y KPIs de marketing para la toma de decisiones estratégicas
- Validar críticamente los outputs de IA antes de incorporarlos en decisiones de marca o negocio
- Elaborar un sistema de marketing funcional y completo asistido por IA

DIRIGIDO A:

- Profesionales junior, emprendedores, analistas y ejecutivos de marketing

• Evaluación

El curso es práctico. Se promedian las mejores 4 o 5 prácticas (eliminando la nota más baja) para obtener el PP. La calificación final será el promedio entre el PP y el examen final (EF).

Promedio de Prácticas:

$$PP = \frac{(P1+P2+P3+P4) - \text{Nota Minima}}{3}$$
$$\text{Nota Final} = \frac{PP + EF}{2}$$

Nota aprobatoria mínimo 14.



Duración total: 24 horas
Modalidad:
8 sesiones de 3 horas

• Modalidad Presencial / Online

Requerimientos mínimos para Pc (Curso Online)

- Sistema operativo Windows 10 o macOS 12
- 8GB RAM.
- Espacio Libre 16GB en el disco duro.
- Conexión a internet.

!Contactate con nosotros!

- Telf.: 200 - 9060 Opción 1
- WhatsApp: 970-063-319 / 943-229-860
- E-mail: sisuni.info@uni.edu.pe

visítanos en :
www.sistemasuni.edu.pe

“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

Sesión 01

IA PARA MARKETING: FUNDAMENTOS Y CONTEXTO

PARTE I — MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

° IA tradicional vs. IA generativa

Diferencias estructurales y por qué los LLM transforman la función de marketing

° Cómo funciona un modelo LLM

Tokens, context window y predicción probabilística: lo que el marketero necesita entender

° Capacidades reales en marketing

Generación de contenido, segmentación, personalización, análisis de datos, automatización.

° Limitaciones y riesgos críticos

Alucinaciones, outputs genéricos, pérdida de diferenciación de marca y sobredependencia.

° IA como amplificador estratégico

Marco: la IA multiplica el criterio del profesional; no lo reemplaza.

PARTE II — APLICACIÓN PRÁCTICA CON IA

Taller 1.1 — Comparativo: marketing humano vs. marketing IA

° Cada participante redacta un mensaje de lanzamiento sin IA para un producto asignado.

° Se solicita el mismo brief a ChatGPT/Claude y se contrastan resultados en tiempo real.

° Reflexión estructurada: velocidad, profundidad, riesgo de genericismo y valor diferencial de cada enfoque.

Taller 1.2 — Detección de errores de IA en campañas reales

° El instructor presenta 3 campañas generadas por IA (una correcta, dos con errores deliberados).

° Los participantes detectan inconsistencias en mensajes, propuestas de valor y segmentación.

° Discusión: ¿qué proceso de validación habría evitado cada error?

Taller 1.3 — Construcción del primer flujo de trabajo IA-asistido

° Mapeo individual: ¿en qué tareas de mi trabajo actual podría usar IA hoy?

° Diseño de un flujo sencillo: brief prompt output validación entrega.

Cada participante redacta un mensaje de lanzamiento sin IA para un producto asignado.

° Se solicita el mismo brief a ChatGPT/Claude y se contrastan resultados en tiempo real.

° Reflexión estructurada: velocidad, profundidad, riesgo de genericismo y valor diferencial de cada enfoque.

“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

Sesión 02

PROMPTING PROFESIONAL PARA MARKETING

PARTE I – MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Qué es un prompt y por qué es estratégico

° La calidad del output es directamente proporcional a la calidad de la instrucción.

Framework RAFA

° Rol – Acción – Formato – Antecedentes: estructura base para contextos de marketing.

Framework COSTAR

° Contexto – Objetivo – Estilo – Tono – Audiencia – Respuesta: complemento para contenido.

Prompt chaining en marketing

° Cómo mantener coherencia en campañas, series de contenido y flujos multietapa.

Errores críticos de prompting

° Ambigüedad, falta de contexto, instrucciones contradictorias y sus consecuencias en marca.

PARTE II – APLICACIÓN PRÁCTICA CON IA

Taller 2.1 – Construcción de prompts de marketing con framework RAFA

- ° Cada participante construye 3 prompts: campaña de lanzamiento, post de LinkedIn y brief creativo para email.
- ° Ejecución en tiempo real con IA, evaluación del output y documentación del resultado.
- ° Iteración del prompt hasta obtener un output de calidad profesional y on-brand.

Taller 2.2 – Prompt Battle: urgencia creativa

- ° Caso: marca nueva necesita 3 variantes de headline para su campaña de apertura en 15 minutos.
- ° Equipos compiten para generar el prompt que produzca los copies más persuasivos y diferenciados.
- ° Evaluación: claridad de la propuesta de valor, tono de marca y capacidad de llamada a la acción.

Taller 2.3 – Construcción del Prompt Kit Personal de Marketing

- ° Cada participante documenta su set inicial de prompts reutilizables clasificados por área.
- ° Entregable de la sesión: Prompt Kit con mínimo 8 prompts validados para branding, contenido, campañas y segmentación.

“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

Sesión 03

SEGMENTACIÓN, BUYER PERSONA Y PROPUESTA DE VALOR

PARTE I – MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Segmentación moderna con datos

° Segmentación demográfica, psicográfica, conductual y por valor: de la teoría a la acción con IA.

Buyer Persona vs. ICP (Ideal Customer Profile)

° Diferencias, usos y cómo la IA puede construirlos desde datos reales o supuestos documentados.

Jobs To Be Done (JTBD)

° El marco más poderoso para entender motivaciones reales de compra; aplicación con IA.

Customer Journey moderno

° Touchpoints, micro-momentos y puntos de fricción: cómo mapearlos asistido por IA.

Propuesta de valor diferenciada

° Value Proposition Canvas, posicionamiento y cómo la IA ayuda a articular y testear mensajes.

PARTE II – APLICACIÓN PRÁCTICA CON IA

Taller 3.1 – Construcción de Buyer Persona + ICP con IA

° Caso asignado: empresa B2C o B2B con briefing básico de negocio.

° El participante diseña el prompt con contexto de negocio; la IA construye el perfil completo.

° Validación crítica: ¿el perfil es accionable o es un estereotipo? Iteración hasta obtener calidad profesional.

Taller 3.2 – Mapa de empatía y Customer Journey con IA

° La IA genera el mapa de empatía del cliente definido; el participante lo enriquece con criterio de negocio.

° Identificación de los 3 puntos de mayor fricción en el journey y oportunidades de mejora.

Taller 3.3 – Propuesta de valor y posicionamiento diferenciado

° Uso del Value Proposition Canvas asistido por IA para articular la propuesta de valor.

° Comparación del posicionamiento propio vs. 2 competidores usando IA como analista.

“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

Sesión 04

BRANDING, COPYWRITING Y CONTENIDO CON IA

Identidad de marca y arquitectura verbal

° Propósito, valores, personalidad y voz de marca: base para instruir correctamente a la IA.

Frameworks de copywriting

° AIDA, PAS y StoryBrand: cuándo usar cada uno y cómo traducirlos a prompts efectivos.

Storytelling de marca con IA

° Estructura narrativa, arco del héroe aplicado a marcas y generación de contenido con coherencia.

SEO semántico y contenido IA

° Intención de búsqueda, LSI keywords y cómo la IA amplía la estrategia SEO sin sacrificar naturalidad.

Estrategia de contenido multicanal

° Adaptación de mensajes por canal: LinkedIn, Instagram, email, blog — con IA como motor de escala.

PARTE II — APLICACIÓN PRÁCTICA CON IA

Taller 4.1 — Definición de voz de marca e instrucciones para la IA

° Cada participante documenta la voz y tono de su marca (o caso asignado) en un 'brief de marca IA'.

° Construcción del prompt de sistema para que la IA siempre escriba en el estilo de esa marca.

° Test: generación de 3 piezas en distintos canales usando el brief de marca como base.

Taller 4.2 — Copywriting multicanal con frameworks

° Generación de copy para LinkedIn (AIDA), Instagram (Storytelling) y email (PAS) para el mismo producto.

° Comparación de efectividad percibida y análisis de qué framework produce mejores resultados por canal.

Taller 4.3 — Calendario editorial automatizado con IA

° La IA genera un calendario editorial de 4 semanas para la marca trabajada, con temas, formatos y canales.

° El participante evalúa coherencia estratégica, equilibrio entre contenido educativo, comercial y de comunidad.

“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

Sesión 05

MARKETING B2B, B2C Y CAMPAÑAS DIGITALES

PARTE I – MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Diferencias estructurales B2B vs. B2C

° Ciclo de venta, criterios de decisión, stakeholders y cómo la IA adapta la estrategia a cada modelo.

Embudos de conversión modernos

° Del funnel lineal al flywheel: etapas, métricas por etapa y cómo la IA personaliza cada touchpoint.

Lead generation y lead scoring con IA

° Captación, calificación y priorización de leads usando IA para optimizar el esfuerzo comercial.

Performance marketing asistido por IA

° Meta Ads, Google Ads y LinkedIn Ads: cómo usar IA para copy, segmentación y optimización de campañas.

Account-Based Marketing (ABM) con IA

° Estrategia ABM para B2B: identificación de cuentas target, personalización masiva y secuencias de outreach.

PARTE II – APLICACIÓN PRÁCTICA CON IA

Taller 5.1 – Diseño de campaña B2C con IA

° Caso: lanzamiento de producto de consumo masivo con presupuesto limitado.

° La IA asiste en: definición de audiencia, copy de anuncios, headlines, descripción y call-to-action.

° Output: brief de campaña completo con 3 variantes de anuncio para Meta Ads.

Taller 5.2 – Diseño de campaña B2B con enfoque ABM

° Caso: empresa SaaS B2B que busca generar demos con empresas medianas del sector retail.

° La IA construye el perfil de cuenta target, el mensaje personalizado y la secuencia de outreach en LinkedIn.

° Output: estrategia ABM de una página con mensajes diferenciados por stakeholder (CEO, gerente, usuario).

Taller 5.3 – Simulación y optimización de campañas

° La IA analiza resultados simulados de campaña (CTR, CPL, ROAS) e identifica las variables a optimizar.

° El participante define las acciones de optimización con base en el diagnóstico de IA.

“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

Sesión 06

AUTOMATIZACIÓN, FUNNELS Y FLUJOS DE MARKETING

PARTE I – MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Funnels modernos y automatización

° Del funnel de captación al de retención: lógica, etapas y criterios de automatización efectiva.

Lead nurturing con IA

° Secuencias de email, contenido progresivo y personalización conductual: cómo la IA escala la relación.

Automatización low-code para marketers

° Herramientas gratuitas que permiten construir flujos sin saber programar.

Seguimiento comercial IA-asistido

° CRM básico, tareas automáticas, recordatorios inteligentes y análisis de pipeline con IA.

Customer retention y lifecycle marketing

° Etapas post-compra, programas de fidelización y reactivación: IA como motor de personalización.

PARTE II – APLICACIÓN PRÁCTICA CON IA

Taller 6.1 – Construcción de funnel de captación con IA

- ° Diseño del flujo completo: atracción → captura de lead → bienvenida → nurturing → conversión.
- ° La IA genera el contenido de cada etapa (lead magnet, email de bienvenida, secuencia de 3 emails de nurturing).
- ° Validación de coherencia: ¿cada mensaje avanza la relación sin presionar prematuramente la venta?

Taller 6.2 – Automatización básica con herramientas gratuitas

- ° Configuración de una secuencia de email automatizada usando Mailmeteor.
- ° Diseño de un flujo de captura de leads con Google Forms conectado a Notion.
- ° La IA genera los textos de cada email de la secuencia con personalización por segmento.

Taller 6.3 – Flujo de retención y reactivación

- ° La IA diseña una secuencia de reactivación para clientes inactivos de 90 días.
- ° Definición de triggers, mensajes y oferta de reactivación; el participante valida la lógica estratégica.

“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

Sesión 07

ANALÍTICA, KPIs Y OPTIMIZACIÓN DE MARKETING

PARTE I – MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

KPIs de marketing modernos

° CAC, LTV, CPL, CTR, ROAS, tasa de conversión, retención y churn: selección, benchmark e interpretación.

North Star Metric y métricas de vanidad

° Cómo identificar el indicador que realmente refleja el crecimiento del negocio vs. métricas decorativas.

Atribución y customer journey analytics

° Modelos de atribución (last-click, lineal, data-driven) y cómo la IA mejora el análisis de impacto.

Optimización basada en datos con IA

° Test A/B, mejora iterativa de copy y targeting: cómo usar IA para interpretar datos y decidir.

Storytelling de datos para dirección

° Cómo convertir un dashboard en un instrumento de decisión, no solo de reporte.

PARTE II – APLICACIÓN PRÁCTICA CON IA

Taller 7.1 – Diseño del sistema de KPIs de marketing con IA

° Caso: empresa en crecimiento que necesita definir su tablero de control de marketing.

° La IA propone un set inicial de KPIs; el participante evalúa, ajusta y justifica la selección final.

° Definición de metas por indicador, frecuencia de medición y acción asociada a cada desvío crítico.

Taller 7.2 – Construcción del dashboard de marketing

° Diseño del dashboard en Google Sheets / Looker Studio con visualizaciones automáticas.

° La IA asiste en la narrativa: interpretación automática de resultados para el reporte mensual.

° Output esperado: dashboard funcional con mínimo 8 KPIs de marketing visualizados.

Taller 7.3 – Optimización de campaña con análisis IA

° Datos reales vs. benchmark de industria: la IA identifica los 3 indicadores más críticos a mejorar.

° Prompt estructurado para que la IA genere un plan de optimización priorizado por impacto.

° Entregable: reporte de marketing mensual automatizado listo para presentar a dirección.

“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

Sesión 08

PROYECTO FINAL: SISTEMA DE MARKETING ASISTIDO POR IA

PARTE I – MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Revisión de errores frecuentes del programa

° Casos donde la IA falló en este programa: causas, correcciones aplicadas y aprendizajes clave.

Criterios de calidad en marketing IA-asistido

° Checklist de validación para garantizar estándares profesionales en el entregable final.

Uso estratégico de IA en marketing moderno

° Dónde la IA genera mayor valor: segmentación, contenido, campañas, automatización y analítica.

Presentación ejecutiva de resultados

° Cómo estructurar la sustentación de un sistema de marketing para una audiencia de dirección.

PARTE II – APLICACIÓN PRÁCTICA CON IA

ENTREGABLE FINAL – Sistema de Marketing Asistido por IA

1. Segmentación y Buyer Persona – Perfil de cliente validado con JTBD y mapa de empatía ChatGPT / Claude.
2. Branding y Contenido – Brief de marca IA + calendario editorial multicanal 4 semanas ChatGPT / Canva.
3. Campaña B2B o B2C – Brief de campaña completo con 3 variantes de anuncio ChatGPT / Claude.
4. Funnel automatizado – Flujo de captación + nurturing con contenido generado por IA Mailmeteor / Notion.
5. KPIs y Dashboard – Tablero ejecutivo funcional con mínimo 8 indicadores de marketing Looker Studio / Sheets.
6. Prompt Kit – Librería de prompts profesionales clasificados por área de marketing Google Docs.