

FUNDACIÓN INSTITUTO PROFESIONAL DUOC UC

**VICERRECTORÍA ACADÉMICA
RESOLUCIÓN N°50/2025**

APRUEBA DIPLOMADO EN IA APLICADA AL MARKETING DIGITAL

VISTOS:

- 1º. El proyecto presentado por el Director de la Escuela de Administración y Negocios de Duoc UC.
- 2º. Lo previsto en el Instructivo para la Creación y Dictación de Diplomados, aprobado por Resolución de Vicerrectoría Académica N°04/2001, del 26 de abril de 2001.
- 3º. Las facultades previstas en el artículo 6° del Reglamento General.

RESUELVO:

Aprobar y tener como versión oficial y de aplicación general, el "Diplomado en IA aplicada al Marketing Digital", cuyo texto se adjunta a continuación de esta resolución, el cual reemplaza al publicado en Resolución VRA N°23, de fecha 2 de junio de 2025.

Comuníquese, publíquese y regístrese.

Santiago, octubre 10 de 2025.

**Alejandra Silva
Lafourcade**

Firmado digitalmente por
Alejandra Silva Lafourcade
Fecha: 2025.10.10 16:46:41
-03'00'

ALEJANDRA SILVA LAFOURCADE
DIRECTORA GENERAL DE DESARROLLO
ESTUDIANTIL Y EDUCACIÓN CONTÍNUA


GASTÓN RAMOS VELASCO
VICERRECTOR ACADÉMICO (i)

/jmd

PRESENTACIÓN DE DIPLOMADO

Señor:

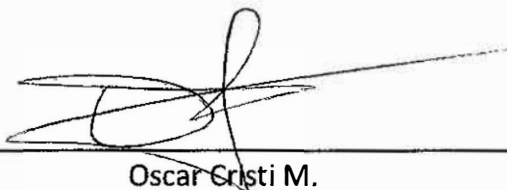
Kiyoshi Fukushi M.

Vicerrector Académico

Duoc UC

Oscar Cristi M., Director de la Escuela de Administración y Negocios, presenta a la Vicerrectoría Académica, el **"Diplomado en IA aplicada al Marketing Digital"** para formar parte de la oferta abierta de Educación Continua.

Agradeceré revisar y emitir la resolución correspondiente para poder ofertar dicho programa.



Oscar Cristi M.

Director Escuela de Administración y Negocios

Duoc UC

DIPLOMADO EN IA APLICADA AL MARKETING DIGITAL**Resumen:**

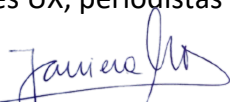
En el contexto actual, la industria del marketing digital está viviendo una transformación profunda impulsada por el uso creciente de la inteligencia artificial. Las empresas exigen profesionales capaces de adaptarse a un entorno altamente dinámico, en el que las decisiones deben ser tomadas con base en datos, los contenidos deben producirse con eficiencia y personalización, y las campañas deben optimizarse de manera continua y automatizada. Según informes recientes de *LinkedIn*, *McKinsey* y *Salesforce*, la integración de IA en marketing no solo ha mejorado el rendimiento operativo, sino que ha redefinido los perfiles laborales más demandados, incluyendo especialistas en automatización, analistas de datos digitales, generadores de contenido con IA y gestores de campañas optimizadas por algoritmos.

El Diplomado en IA aplicada al marketing digital responde directamente a esta necesidad mediante una propuesta formativa compuesta por cuatro cursos articulados que abordan desde los fundamentos de la IA y herramientas aplicables al marketing digital, hasta la generación de contenido con IA generativa, la optimización de campañas basadas en análisis de datos y la creación de experiencias automatizadas y personalizadas. Este enfoque modular y progresivo permite que los participantes desarrollen competencias técnicas y estratégicas altamente valoradas por el mercado, con una orientación práctica que fortalece su empleabilidad y su capacidad para integrarse en equipos de marketing que utilizan la inteligencia artificial como motor clave para la innovación, la eficiencia y los resultados comerciales.

El diplomado tiene una duración de 120 horas cronológicas, en modalidad sincrónica. Para obtener el diplomado, los participantes deberán aprobar los cuatro cursos según la siguiente ponderación:

Nombre de cursos	Horas	% de la nota final de diplomado
Herramientas de IA en marketing digital	30	25%
IA generativa y creación de contenido de marketing digital	30	25%
Optimización de campañas de marketing digital con IA	30	25%
Automatización y personalización del marketing digital con IA	30	25%
Total de horas	120	100%

El diplomado está dirigido a encargados de Marketing, Community Manager, Gestores de Redes Sociales, Analistas de datos, Copywriters, creadores de contenido, consultores de Marketing, publicistas, product manager, diseñadores UX, periodistas o afín.

**Javiera Munizaga D.**

Subdirectora de Diseño de Programas Académicos
de Educación Continua

FICHA ÚNICA DE CREACIÓN DE DIPLOMADO

PNCT

1. NOMBRE DEL DIPLOMADO

DIPLOMADO EN IA APLICADA AL MARKETING DIGITAL

2. TOTAL DE HORAS

120

3. POBLACIÓN OBJETIVO

Encargados de Marketing, Community Manager, Gestores de Redes Sociales, Analistas de datos, Copywriters, creadores de contenido, consultores de Marketing, publicistas, product manager, diseñadores UX, periodistas o afín.

4. REQUISITOS DE INGRESO

Experiencia o conocimiento en marketing digital.

5. JUSTIFICACIÓN DE CREACIÓN

En el contexto actual, la industria del marketing digital está viviendo una transformación profunda impulsada por el uso creciente de la IA. Las empresas exigen profesionales capaces de adaptarse a un entorno altamente dinámico, en el que las decisiones deben ser tomadas con base en datos, los contenidos deben producirse con eficiencia y personalización, y las campañas deben optimizarse de manera continua y automatizada. Según informes recientes de LinkedIn, McKinsey y Salesforce, la integración de IA en marketing no solo ha mejorado el rendimiento operativo, sino que ha redefinido los perfiles laborales más demandados, incluyendo especialistas en automatización, analistas de datos digitales, generadores de contenido con IA y gestores de campañas optimizadas por algoritmos.

El Diplomado en IA aplicada al marketing digital responde directamente a esta necesidad mediante una propuesta formativa compuesta por cuatro cursos articulados que abordan desde los fundamentos de la IA y herramientas aplicables a marketing digital, hasta la generación de contenido con IA generativa, la optimización de campañas basadas en análisis de datos y la creación de experiencias automatizadas y personalizadas. Este enfoque modular y progresivo permite que los participantes desarrollen competencias técnicas y estratégicas altamente valoradas por el mercado, con una orientación práctica que fortalece su empleabilidad y su capacidad para integrarse en equipos de marketing que utilizan la IA como motor clave para la innovación, la eficiencia y los resultados comerciales.

6. OBJETIVO GENERAL/ IDENTIFICACIÓN PERFIL DE SALIDA

Aplicar herramientas de IA en estrategias de marketing digital, con un enfoque práctico en la optimización de campañas, la automatización de flujos de interacción y la personalización de contenidos y experiencias.

7. UNIDAD ACADÉMICA**8. FECHA**

Escuela de Administración y Negocios

30-9-2025

9. REQUISITOS DE OBTENCIÓN

9.1 - Haber aprobado todos los cursos del diplomado

Aprobar los cuatro cursos que componen el diplomado.

9.2 - La distribución de la nota final de aprobación del diplomado se desglosa de la siguiente manera:

Nombre de cada curso	Horas	% de la nota final del diplomado
HERRAMIENTAS DE IA EN MARKETING DIGITAL	30	25%
IA GENERATIVA Y CREACIÓN DE CONTENIDO EN MARKETING DIGITAL	30	25%
OPTIMIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL CON IA	30	25%
AUTOMATIZACIÓN Y PERSONALIZACIÓN DE MARKETING DIGITAL CON IA	30	25%
Total de horas	120	100%

Porcentaje asignado a los cursos	Porcentaje asignado a la actividad evaluativa final
100%	N/A

9.3 - Convalidación con programas académicos de Educación Continua

Nombre de cada curso	CC	Diplomado original	Código del diplomado
HERRAMIENTAS DE IA EN MARKETING DIGITAL	CC11000741	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A	N/A

9.4 - Articulación con programas de Unidad Académica

Nombre de cada programa académico	CC	Programa original	Código del programa
N/A	N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A	N/A

10. MODALIDAD DE IMPARTICIÓN

	Modalidad
Asincrónica	
Presencial	
Sincrónica	X

Nombre del curso	Vacantes Educación Continua	Vacantes SENCE	Horas totales	Modalidad factible
HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN MARKETING DIGITAL	35	20	30	E-Learning sincrónico

Identificación
Código SENCE 1238073188
Código Curso Duoc UC CC11000741

Unidad académica	Subdirector(a) Unidad Académica	Fecha de elaboración
Escuela de Administración y negocios	Paulette Rouliez	27/11/2024

Especialista disciplinar	Diseñador(a) curricular	Diseñador(a) instruccional	Analista instruccional
Rodrigo Musalem	Magdalena Vásquez	Camila Llanos	Elieska Pérez

Aporte de valor del curso (no SENCE)
En Chile, el avance de la Inteligencia Artificial (IA) está revolucionando el ámbito del Marketing Digital, transformando desde la personalización de experiencias hasta la eficiencia en la toma de decisiones estratégicas. Las empresas que incorporan la IAG en sus estrategias no sólo logran una ventaja competitiva, sino que también optimizan sus recursos y mejoran la relación con sus clientes. La aplicación de estas tecnologías impulsa a las organizaciones a adaptarse a un entorno digital en constante cambio, incrementando su capacidad para responder de manera ágil y efectiva a las necesidades del mercado. Actualmente, la demanda de profesionales capacitados en IA aplicada al Marketing Digital está en constante crecimiento, a medida que las empresas buscan optimizar sus estrategias de alcance y comunicación. En un contexto de rápida evolución tecnológica, formar expertos en IAG se ha vuelto clave para enfrentar los desafíos actuales y liderar la transformación digital del sector. En respuesta a dicha necesidad se ha diseñado este curso cuyo propósito es explicar en qué consiste la IA, sus fundamentos, modelos generativos, redacción de Prompts adecuados y cumplimiento de principios éticos para un uso adecuado de la IA. Para luego, aplicar diversas herramientas que optimicen las tareas digitales dentro una campaña de Marketing Digital, permitiendo la generación de contenidos atractivos con IA, la toma de decisiones oportunas y acertadas, basadas en datos concretos. Todo esto en pro de mejorar la gestión del tiempo, el análisis y la creación de contenido que capte la atención del consumidor.

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)		Versión: 4
Diseño de Programas Académicos		Página 1 de 7

Caracterización del participante
Encargados de Marketing, Community Manager, Gestores de Redes Sociales, Analistas de datos, Copywriters, creadores de contenido, consultores de Marketing, publicistas, product manager, diseñadores UX, periodistas o afín.

Requisitos de ingreso
Idealmente experiencia o conocimiento en Marketing Digital

Requisitos técnicos
Sistema Operativo Windows 10 o superior; macOS 11 o posterior. Memoria RAM: 8 GB mínimo (se recomienda 16 GB o más). Procesador: velocidad de 2 GHz o superior (se recomienda Intel i5/i7 o equivalente). Tarjeta de sonido integrada o externa compatible con la computadora. Tarjeta gráfica: Integrada o dedicada con soporte para renderizado básico (se recomienda para herramientas de generación de imágenes y videos como Runway y MidJourney). Resolución de pantalla: 1280 x 720 como mínimo (se recomienda 1920 x 1080 para mejor experiencia). Almacenamiento: Al menos 5 GB de espacio libre en el disco duro. Navegadores Recomendados: Google Crome (última versión), Mozilla Firefox (última versión), Microsoft Edge Cámara, micrófono, parlantes y/o audífonos Lector de PDF, como Adobe Acrobat Reader (adobe.com) o Foxit Reader (foxit.com) Conexión a Internet de mínimo 10 horas a la semana y de 12mbps o más para una adecuada experiencia de videoconferencia y visualización de recursos de aprendizaje (para medir la velocidad de su enlace a internet, puede visitar la página http://www.speedtest.net/).

Competencia
Aplicar herramientas de Inteligencia Artificial en campañas de Marketing Digital.

Unidad de aprendizaje	Resultado de aprendizaje	Contenidos	Horas	
			T	P
Fundamentos de la Inteligencia Artificial (IA)	Identificar fundamentos de la IA considerando principios éticos.	1. Fundamentos de la IA: - Introducción a la IA. - Modelos generativos y su evolución. - Lenguajes de Gran Escala (LLMs). - Configuración y uso de ChatGPT - Exploración de ChatGPT y generación de contenido personalizado. 2. Comunicación efectiva con IA y creación de Prompts: - Comunicación efectiva con IA.	4	5

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)		Versión: 4
Diseño de Programas Académicos		Página 2 de 7

		- Redacción de Prompts avanzados con ASPECCT. 3. Ética en el uso de IA: - Principios éticos en el uso de IA.		
Herramientas de Inteligencia Artificial (IA) en Marketing Digital	Utilizar herramientas de IA en la generación de contenidos de Marketing Digital.	1. Uso avanzado de ChatGPT en campañas de Marketing Digital: - Definición de su público objetivo con ChatGPT. - Calendario de contenidos para campañas de Marketing Digital. - Publicaciones en Redes Sociales con ChatGPT. - Artículos y Blogs optimizados para SEO con ChatGPT. - Secuencias de correo electrónico con ChatGPT. - Páginas de ventas con ChatGPT. - Anuncios para Facebook y Google con ChatGPT. 2. Contenidos, imágenes, música y videos con IA: - Generación de contenido con IA. - Generación de imágenes con IA. - Generación de videos y música con IA 3. Avatares y narrativas con IA: - Generación de avatares con IA. - Narrativas y guiones con IA. - Integración de avatares y narrativas en contenido multimedia. 4. Engagement y optimización de campañas con IA: - Maximización del Engagement de contenidos en Redes Sociales. - Estrategias de Hashtags y SEO para Redes Sociales. - Análisis de resultados y optimización en tiempo real.	8	13

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)		Versión: 4
Diseño de Programas Académicos		Página 3 de 7

		5. Integración de herramientas y plataformas: • Conexión de IA con plataformas de Marketing Digital. • Optimización de contenidos multicanal.		
Subtotal			12	18
Horas totales			30	

Estrategias metodológicas
Metodologías de entrega de contenidos: Al término de este curso, los participantes podrán aplicar herramientas de IA en Marketing Digital. El curso se desarrollará en modalidad e-learning sincrónica, mediante conferencias en vivo a través del Ambiente Virtual de Aprendizaje de Duoc UC. La estrategia metodológica será interactiva-expositiva, es decir, el facilitador presentará contenidos utilizando distintos recursos educativos tales como presentación PowerPoint, material audiovisual, recursos interactivos u otro tipo de documento, además desarrollará actividades enfocadas a la aplicación práctica de los contenidos. Entre los métodos de enseñanza y aprendizaje que se utilizarán, está la definición de conceptos clave, análisis de casos, resolución de problemas y ejercicios de aplicación donde los participantes deberán desarrollar actividades en forma individual o grupal. El desarrollo de los contenidos se dividirá en sesiones, cada una se realizará a través de una secuencia didáctica compuesta por cuatro momentos: Activación, Demostración, Aplicación e Integración. Descripción de unidades: Unidad 1: Introducción a la IA en Marketing Digital En esta unidad los participantes tendrán los cimientos teóricos de la IA que permitirán utilizarla en campañas de Marketing Digital. El objetivo es acercar a los participantes con las bases de la IA y sus tipos, explicando cómo se está transformando el Marketing Digital mediante la automatización, personalización, análisis de datos, optimización de tiempo y creación de contenido atractivo para el usuario en una industria cada vez más dinámica y competitiva. Unidad 2: Herramientas de IA en Marketing Digital En esta unidad los participantes obtendrán las herramientas de IA generativa y su aplicación dentro del Marketing Digital. De modo que pueden generar contenido nuevo (como texto, imágenes, videos, música, entre otros) a partir de datos existentes. En el contexto del Marketing Digital, estas herramientas les permitirán automatizar la creación de contenido, mejorar la personalización, optimizar la experiencia del cliente y generar ideas innovadoras con un enfoque basado en inteligencia artificial de un modo lúdico, atractivo e interactivo.

Estrategias evaluativas		
Indicador de logro	Instrumentos de evaluación	Normas de aprobación
Unidad 1		

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)		Versión: 4
Diseño de Programas Académicos		Página 4 de 7

1. Reconoce los conceptos fundamentales de la IA en la generación de contenido. 2. Distingue los modelos generativos de la IA y su evolución. 3. Identifica la configuración y aplicación de ChatGPT en la creación de contenido. 4. Comprende el uso del modelo ASPECCT en la redacción de Prompts. 5. Reconoce los principios éticos en el uso de la IA generativa.	En esta unidad se evaluará la capacidad para identificar los fundamentos de la inteligencia artificial. Los participantes deberán completar de manera individual una prueba de selección única y/o múltiple en el AVA, donde recibirán retroalimentación automatizada.	Las calificaciones estarán expresadas con notas entre 1.0 y 7.0, siendo 4.0 el mínimo requerido para la aprobación. Se corregirá el desarrollo aplicando un 60% de exigencia. Esta evaluación representa el 30% de la calificación final.
Unidad 2		
1. Identifica el uso de ChatGPT en campañas de marketing digital. 2. Reconoce las herramientas de IA para la generación de contenidos, imágenes, música y videos. 3. Identifica las herramientas de IA para la creación de avatares y narrativas. 4. Utiliza herramientas de Engagement considerando la optimización de contenido. 5. Integra herramientas de IA con plataformas de Marketing Digital.	Esta unidad evaluará el uso de la IA en la generación de contenido para campañas de Marketing Digital. Para ello, los participantes deberán responder, de manera individual, una prueba de preguntas de selección única y/o múltiple en el AVA, recibiendo retroalimentación automatizada.	Las calificaciones estarán expresadas con notas entre 1.0 y 7.0, siendo 4.0 el mínimo requerido para la aprobación. Se corregirá el desarrollo aplicando un 60% de exigencia. Esta evaluación representa el 30% de la calificación final.
Evaluación final		
1. Define objetivos de una campaña de Marketing Digital con IA. 2. Determina el público objetivo de la campaña de Marketing Digital con IA. 3. Organiza un calendario de contenidos de Marketing Digital con IA. 4. Utiliza herramientas de IA en la generación de	La evaluación final del curso consiste en la aplicación de herramientas de IA en la generación de contenido para una campaña de Marketing Digital. Para ello, los participantes deberán realizar, de manera grupal, una serie de actividades a través de un formato de entrega, recibiendo retroalimentación del relator.	Las calificaciones estarán expresadas con notas entre 1.0 y 7.0, siendo 4.0 el mínimo requerido para la aprobación. Se corregirá el desarrollo aplicando un 60% de exigencia.

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)		Versión: 4
Diseño de Programas Académicos		Página 5 de 7

contenido de Marketing Digital. 5. Aplica estrategias de Hashtags y SEO en los contenidos de Marketing Digital.		Esta evaluación representa el 40% de la calificación final.
--	--	---

Requisito de aprobación	
Modalidad sincrónica	Nota mínima de aprobación 4.0 Asistencia igual o superior al 75%

Recursos para la implementación del curso					
Infraestructura	Indicar sede	Equipos y herramientas		Material didáctico	
N/A	N/A	1	Ambiente Virtual de Aprendizaje (AVA) DUOC.	10	Recursos interactivos para cada sesión.
		1	Sistema de videoconferencia online integrado a plataforma. Herramientas a usar: ChatGPT (gratis) Gemini (gratis) Perplexity AI (gratis) DALL-E (gratis con limitaciones) MidJourney (gratis con limitaciones) Canva (gratis) Runway (gratis con limitaciones) Pika.Art ((gratis con limitaciones) Sunno (gratis con limitaciones) Auphonic (gratis con limitaciones) Heygen (gratis con limitaciones) Synthesia (gratis con limitaciones) HubSpot (gratis con limitaciones) Mailchimp (gratis con limitaciones) Google Ads (gratis)	3	Evaluaciones sumativas.

Próxima actualización sugerida (Debe ser sugerido por Experto Disciplinar designado por la Unidad Académica)
Máximo un año

Articulación *Sección a completar por Subdirector(a)	Código/Sigla/Nombre Certificado
Programa Regular o EDC	Escuela

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 6 de 7

Diplomado	Cursos conducentes al diplomado o certificación (identificar cursos base y optativos)
N/A	N/A
N/A	N/A
N/A	N/A

Otros cursos relacionados con la temática
Diplomado en Marketing Digital y Analytics
Diplomado en Inteligencia Artificial aplicada a Marketing Digital

Recursos docentes: Perfil desarrollador	
Requisitos relativos a la educación	Universitaria
Requisitos relativos a la formación	Ingeniería comercial, informática, licenciatura en marketing, comunicación y/o publicidad, diseño gráfico, periodismo, arquitecto. Ideal certificación en Marketing Digital.
Requisitos relativos a las habilidades	Formación en herramientas de IA específicas para Marketing Digital. Experiencia en creación de contenido digital.
Requisitos relativos a la experiencia	3 años o más de experiencia en Marketing Digital. 1 año o más de experiencia en la aplicación de IA en Marketing Digital. 1 año o más de experiencia en diseño de recursos educativos.

Recursos docentes: Perfil relator	
Requisitos relativos a la educación	Universitaria
Requisitos relativos a la formación	Ingeniería comercial, informática, licenciatura en marketing, comunicación y/o publicidad, diseño gráfico, periodismo. Ideal certificación en Marketing Digital.
Requisitos relativos a las habilidades	Formación en herramientas de IA específicas para Marketing Digital. Experiencia en creación de contenido digital. Habilidades de comunicación dinámica y efectiva.
Requisitos relativos a la experiencia	1 año o más de experiencia en Marketing Digital. 1 año o más de experiencia en la aplicación de IA en Marketing Digital. 1 año o más de experiencia en relatoría de cursos.

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)		Versión: 4
Diseño de Programas Académicos		Página 7 de 7

Nombre del curso	Vacantes Educación Continua	Vacantes SENCE	Horas totales	Modalidad factible
IA GENERATIVA Y CREACIÓN DE CONTENIDO DE MARKETING DIGITAL	35	20	30	E-Learning sincrónico

Identificación
Código SENCE: 1238078460
Código Curso Duoc UC: UD1100055

Unidad Académica	Subdirector(a) Unidad Académica	Fecha de elaboración
Escuela de Administración y negocios	Paulette Rouliez	28/4/2025

Especialista disciplinar	Analista instruccional	Diseñador(a) instruccional
Patricio Melillán Furicoyán	Elieska Pérez Pernia	N/A

Aporte de valor del curso (no SENCE)
En el contexto actual, donde la generación de contenido digital es clave para captar y fidelizar audiencias, las empresas requieren profesionales capaces de producir mensajes relevantes, eficientes y adaptados a distintos canales, con apoyo de herramientas de inteligencia artificial. La IA generativa ha transformado la forma en que se crean textos, imágenes y piezas audiovisuales, permitiendo escalar la producción sin perder coherencia ni conexión con los objetivos de marca. Esta necesidad se hace especialmente crítica en áreas como campañas publicitarias, comunicación multicanal y automatización de contenidos. El curso “IA generativa y creación de contenido de marketing digital” responde directamente a esta demanda del mercado, entregando una formación práctica y aplicada en el uso de herramientas de IA generativa para crear, adaptar y automatizar contenido digital en entornos profesionales. A través de ejercicios contextualizados, herramientas reales y actividades prácticas, los participantes aprenden a construir prompts efectivos, generar contenido alineado a objetivos de campaña, adaptarlo a múltiples formatos y validar su calidad antes de la publicación. Esto les permite desarrollar habilidades inmediatas y transferibles, fortaleciendo su empleabilidad en equipos de marketing que demandan eficiencia, creatividad y manejo de tecnologías emergentes.

Caracterización del participante
Encargados de Marketing, Community Manager, Gestores de Redes Sociales, Analistas de datos, Copywriters, creadores de contenido, consultores de Marketing, publicistas, product manager, diseñadores UX, periodistas o afín.

Requisitos de ingreso
Experiencia o conocimiento en marketing digital y cuenta de ChatGPT plus.

Requisitos técnicos

FICHA PROGRAMA NO CONDUCTENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 1 de 8

Sistema Operativo Windows 10 o superior; macOS 11 o posterior.
Memoria RAM: 8 GB mínimo (se recomienda 16 GB o más).
Procesador: velocidad de 2 GHz o superior (se recomienda Intel i5/i7 o equivalente).
Tarjeta de sonido integrada o externa compatible con la computadora.
Tarjeta gráfica: Integrada o dedicada con soporte para renderizado básico (se recomienda para herramientas de generación de imágenes y videos como Runway y MidJourney).
Resolución de pantalla: 1280 x 720 como mínimo (se recomienda 1920 x 1080 para mejor experiencia).
Almacenamiento: Al menos 5 GB de espacio libre en el disco duro.
Navegadores Recomendados: Google Chrome (última versión), Mozilla Firefox (última versión), Microsoft Edge
Cámara, micrófono, parlantes y/o audífonos
Lector de PDF, como Adobe Acrobat Reader (adobe.com) o Foxit Reader (foxit.com)
Conexión a Internet de mínimo 10 horas a la semana y de 12mbps o más para una adecuada experiencia de videoconferencia y visualización de recursos de aprendizaje (para medir la velocidad de su enlace a internet, puede visitar la página <http://www.speedtest.net/>).

Competencia
Aplicar herramientas de IA generativa en la creación, adaptación y automatización de contenidos digitales en campañas de marketing.

Unidad de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Contenidos	Horas	
			T	P
Creación de contenido con IA generativa	Utilizar herramientas de IA generativa en la creación de contenido digital para campañas de marketing.	1. IA generativa en campañas de marketing digital por canal: • Rol de la IA generativa en el ecosistema de marketing actual: aplicación por canal y segmentación en buyer persona • IA generativa en la creación de contenido: beneficios, desafíos y alineación de objetivos según canal de marketing. • Casos y tendencias en el mercado. 2. Prompt engineering avanzado para generar contenido creativo: • Estructura avanzada de prompts: adaptación por tipo de contenido, buyer persona, canal y objetivo de marketing. • Técnicas avanzadas para optimizar resultados: ajuste de tono, estilo y objetivos mediante capas de contenido. • Optimización de resultados con IA: diseño de prompts multiformato, multicanal y flujos de adaptación. 3. Creación de contenido con IA generativa (textos, imágenes, videos y audio):	6	9

		- Herramientas disponibles (ChatGPT, grazia.ia, freepik AI, flux-context, gemini ai, Jasper, DALL·E, SORA, Runway, elevenlabs, Sunno, heygen, pippit.ia). - Funcionalidades, limitaciones y criterios de uso práctico. - Ejercicios de creación de contenido para campañas. 4. Storytelling y narrativa de marca con IA generativa: - Redacción de mensajes coherentes con la identidad de marca. - Uso de IA para estructurar narrativas persuasivas: alineación con objetivos, tono de marca y buyer persona. - Ejemplos de storytelling aplicados a distintos formatos de contenido.		
Automatización y adaptación del contenido generado	Aplicar herramientas de IA generativa en la automatización y adaptación de contenido en campañas digitales.	1. Introducción a la automatización del contenido en marketing digital: ¿Qué es un flujo de contenido automatizado paso a paso? - Fases del flujo de trabajo de automatización de contenido. - Rol de la IA en la automatización paso a paso. de publicación y mide el rendimiento. - Integración con plataformas de apoyo (Metricool, Klaviyo). 2. Generación de contenido para distintas etapas del embudo de marketing digital: - Características del contenido en TOFU, MOFU y BOFU. - Adaptación de mensaje según la etapa del recorrido del cliente. - Ejercicios de diseño de piezas con enfoque en objetivo y etapa del funnel. 3. Adaptación de contenido con IA a diferentes formatos y canales digitales: - Ajustes de estilo, tono, formato y duración según el canal y objetivo - Personalización por plataforma: redes sociales, email marketing, blogs, landing pages. - Uso de IA generativa multiformato (texto, visual, video).	6	9

		4. Automatización de copys, blogs y publicaciones en redes sociales (enfoque en sitios web y blogs): • Flujo automatizado de contenido generado con IA. • Optimización del contenido adaptado a objetivos, tono de marca y buyer persona. • Preparación del formato final para publicación en plataformas como WordPress, Blogger o CMS similares. 5. Control de calidad y revisión de contenido antes de publicación: • Criterios básicos de calidad por tipo de contenido: textual, visual, audiovisual. • Verificación del tono, precisión, relevancia y coherencia. • Revisión ética: sesgos, lenguaje inapropiado, atribución de fuentes. • Rol del profesional en la validación del contenido generado por IA.		
Subtotal			12	18
Horas totales			30	

Estrategias metodológicas
Metodologías de entrega de contenidos: Al término de este curso los participantes podrán aplicar herramientas de IA generativa en la creación, adaptación y automatización de contenidos digitales en campañas de marketing. El curso se desarrollará en modalidad e-learning sincrónico a través del Ambiente Virtual de Aprendizaje de Duoc UC. La estrategia metodológica será interactiva-expositiva, es decir, el facilitador presentará contenidos utilizando distintos recursos educativos tales como presentación power point, material audiovisual, recursos interactivos u otro tipo de documento, además desarrollará actividades enfocadas a la aplicación práctica de los contenidos. Entre los métodos de enseñanza y aprendizaje que se utilizarán, está la definición de conceptos clave, análisis de casos, resolución de problemas y ejercicios de aplicación donde los participantes deberán desarrollar actividades en forma individual o grupal. El desarrollo de los contenidos se dividirá en sesiones, cada una se realizará a través de una secuencia didáctica compuesta por cuatro momentos: Activación, Demostración, Aplicación e Integración. Descripción de unidades: Unidad 1: En esta unidad, los participantes aprenderán a utilizar herramientas de IA generativa para diseñar contenido digital aplicable a campañas de marketing, explorando desde la creación de prompts efectivos hasta la producción de textos, imágenes y videos. A partir de casos contextualizados y ejercicios prácticos, se trabajará con plataformas reales como ChatGPT, Jasper, DALL-E, MidJourney, Gemini AI, Freepik AI, Runway, SORA, ElevenLabs, Sunno, Heygen y Pippit.ai, flux-context combinando la creatividad con el uso funcional de la tecnología. Se abordará el rol estratégico de la IA generativa en la creación de contenido, analizando sus beneficios (mayor productividad, consistencia de marca, personalización a escala) y desafíos (sesgos, control de calidad, dependencia tecnológica), siempre con foco en la alineación de objetivos de marketing por canal. Los participantes aprenderán a diseñar contenidos diferenciados según buyer persona, canal y objetivo de marketing, comprendiendo cómo ajustar tono, estilo y narrativa

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 4 de 8

para cada contexto. Además, se aplicarán principios de storytelling y narrativa de marca en distintos formatos de contenido, fortaleciendo la capacidad de producir mensajes relevantes, coherentes y alineados con el posicionamiento de marca, logrando conectar con las audiencias desde lo emocional y lo funcional.

En síntesis, esta unidad entregará una visión integral de la IA generativa aplicada al marketing digital, donde la creatividad y la estrategia se combinan para generar contenido atractivo, segmentado y orientado a resultados.

Unidad 2: Automatización y adaptación de contenido con IA generativa: En esta unidad los participantes aprenderán a estructurar flujos de contenido automatizados paso a paso, utilizando IA como asistente en la generación, personalización, programación y publicación de piezas digitales. Se explorará la adaptación del contenido según canal, formato y etapa del embudo de marketing (TOFU, MOFU, BOFU), integrando prácticas de personalización multicanal con foco en objetivos y buyer persona. Además, se aplicarán ejercicios de creación y optimización de copys, blogs y publicaciones en sitios web y redes sociales, preparando formatos finales en plataformas como WordPress, Blogger o CMS similares, apoyados en herramientas externas (Metricool, Klaviyo, entre otros). Finalmente, se abordará el control de calidad y revisión ética del contenido generado por IA, asumiendo un rol activo en la validación de pertinencia, coherencia y profesionalismo antes de su publicación.

Estrategias evaluativas		
Indicadores de logro	Instrumentos de evaluación	Normas de aprobación
Unidad 1		
1. Describe el rol de la IA generativa en campañas de marketing digital. 2. Selecciona herramientas de IA generativa campañas de marketing digital. 3. Redacta prompts avanzados en la generación de contenido de campañas de marketing digital. 4. Genera piezas de contenido digital con IA. 5. Utiliza storytelling en la redacción de narrativas persuasivas. 6. Ajusta contenidos generados con IA según campañas de marketing digital.	La evaluación tiene una finalidad sumativa a través de heteroevaluación. Para ello, los participantes deberán desarrollar una entrega de encargo de manera individual, debiendo completar una serie de instrucciones que se evaluarán con rúbrica.	Las calificaciones derivadas de las evaluaciones sumativas estarán expresadas con notas entre 1.0 y 7.0, siendo 4.0 el mínimo requerido para la aprobación. Se corregirá el desarrollo aplicando un 60% de exigencia. Esta evaluación representa el 40% de la calificación final del curso.
Unidad 2		
1. Diferencia las etapas del embudo (TOFU, MOFU, BOFU) de marketing y su relación con los tipos de contenido digital. 2. Identifica formatos y canales digitales adecuados para distribuir contenido generado con IA.	La evaluación tiene una finalidad sumativa a través de heteroevaluación. Para ello, los participantes deberán desarrollar una entrega de encargo de manera individual, debiendo completar una serie de instrucciones que se evaluarán con rúbrica.	Las calificaciones derivadas de las evaluaciones sumativas estarán expresadas con notas entre 1.0 y 7.0, siendo 4.0 el mínimo requerido para la aprobación.
FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)		Versión: 4
Diseño de Programas Académicos		Página 5 de 8

3. Genera contenido digital diferenciado para cada etapa del embudo (TOFU, MOFU, BOFU) de marketing. 4. Utiliza herramientas de automatización en la programación de contenido generado con IA en una campaña digital simulada. 5. Aplica ajustes de formato, tono y duración al contenido generado con IA según el canal y público objetivo. 6. Emplea herramientas de IA generativa en la adaptación de contenido a múltiples plataformas según una estrategia multicanal. 7. Aplica criterios de revisión y calidad a contenido generado con IA antes de su publicación automatizada. 8. Corrige errores presentes en contenido generado con IA.		Se corregirá el desarrollo aplicando un 60% de exigencia. Esta evaluación representa el 60% de la calificación final del curso.
--	--	---

Requisito de aprobación	
Modalidad sincrónica	Nota mínima de aprobación 4.0 Asistencia igual o superior al 75%

Recursos para la implementación					
Infraestructura	Indicar sede	Equipos y herramientas		Material didáctico	
N/A	N/A	1 c/u	Herramientas de IA generativa: ChatGPT (versión Plus, de pago)	10	Recursos instruccionales
			Herramientas para contenidos multiformato y automatización: RunwayML, Heygen y ElevenLabs (versión gratuita con límite de uso)	2	Guía de contenido de cada unidad
			- klaviyo, Metricool (plan gratuito) - Freepik (versión de pago) - flux-context (versión de pago)	2	Evaluaciones sumativas
				2	Material complementario

Próxima actualización sugerida (Debe ser sugerido por Experto Disciplinar designado por la Unidad Académica)
Máximo dos años

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 6 de 8

Diplomado	Cursos conducentes al diplomado o certificación (identificar cursos base y optativos)
Diplomado en IA aplicada al marketing digital	Herramientas de IA en marketing digital
	IA generativa y creación de contenido de marketing digital
	Optimización de campañas de marketing digital con IA
	Automatización y personalización del marketing digital con IA

Convalidación		
Diplomado	Curso	Código
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A

Articulación		
Programa	Escuela	Código
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A

Otros programas relacionados con la temática		
Herramientas de IA en marketing digital		
	N/A	
	N/A	

Recursos docentes: Perfil desarrollador	
Requisitos relativos a la educación	Universitaria.
Requisitos relativos a la formación	Profesional del área de marketing, comunicación digital, publicidad, diseño o afín, con formación o especialización en herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la creación de contenido y transformación digital (curso, diplomado o magíster).
Requisitos relativos a las habilidades	Habilidades de diseño instruccional, redacción académica, análisis curricular, manejo de entornos digitales de aprendizaje y conocimiento actualizado de tendencias tecnológicas en IA generativa aplicada al marketing. Experiencia en el uso de CMS (ej. WordPress), gestión de redes sociales (RRSS) y manejo de modelos de contenido para embudos de marketing. Además, se espera dominio de herramientas de pago basadas en IA para la generación, personalización y optimización de contenidos digitales.
Requisitos relativos a la experiencia	2 años o más.

Recursos docentes: Perfil relator	
Requisitos relativos a la educación	Universitaria.
Requisitos relativos a la formación	Profesional del área de marketing digital, comunicación, diseño, publicidad o afín, con formación complementaria en herramientas de IA generativa para la creación de contenido (curso, diplomado o magíster).

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 7 de 8

Requisitos relativos a las habilidades	Habilidades comunicacionales para transmitir ideas de manera clara, efectiva y persuasiva. Dominio práctico de herramientas de IA generativa, con capacidad de aplicarlas en contextos de marketing, comunicación y creación de contenido. Diseño de prompts, storytelling y personalización de contenido, orientados a objetivos, buyer persona y tono de marca. Manejo de plataformas de automatización (ejemplo: Metricool, HubSpot, Klaviyo, WordPress) y experiencia en flujos multicanal de publicación. Capacidad para guiar procesos de aprendizaje autónomo y experiencia comprobada en formación de adultos. Idealmente, que cuente con ejemplos de implementación en clientes o proyectos afines, donde la IA haya demostrado resultados positivos medibles en eficiencia, optimización de procesos y generación de valor en las organizaciones.
Requisitos relativos a la experiencia	2 años o más.

Nombre del curso	Vacantes Educación Continua	Vacantes SENCE	Horas totales	Modalidad factible
Optimización de campañas de marketing digital con IA	35	20	30	E-Learning sincrónico

Identificación
Código SENCE:
Código Curso Duoc UC:

Unidad Académica	Subdirector(a) Unidad Académica	Fecha de elaboración
Escuela de Administración y negocios	Paulette Rouliez	28/4/2025

Especialista disciplinar	Analista instruccional	Diseñador(a) instruccional
Patricio Melillán Furicoyán	Elieska Pérez Pernia	N/A

Aporte de valor del curso (no SENCE)
En un entorno donde la efectividad de las campañas digitales se mide en tiempo real y las decisiones deben basarse en datos precisos, las organizaciones requieren profesionales capaces de analizar, interpretar y optimizar el rendimiento de sus acciones de marketing mediante herramientas avanzadas. La integración de inteligencia artificial en plataformas publicitarias ha transformado el análisis de datos, permitiendo segmentar audiencias con mayor precisión, automatizar ajustes y predecir comportamientos del consumidor. Esta necesidad es cada vez más relevante en equipos de performance marketing, medios pagados y gestión de campañas, donde la eficiencia y la capacidad de adaptación marcan la diferencia competitiva. El curso “Optimización de campañas de marketing digital con IA” responde directamente a este desafío, entregando una formación práctica orientada al análisis, visualización y automatización de decisiones basadas en datos. A través de herramientas reales, casos simulados y sesiones sincrónicas aplicadas, los participantes aprenden a procesar información de campañas, construir dashboards funcionales, aplicar modelos predictivos y configurar reglas de mejora continua en plataformas como Google Ads o Meta Ads. Esto les permite adquirir habilidades concretas para integrarse en equipos que gestionan campañas de alto impacto, fortaleciendo su empleabilidad en un mercado que exige precisión analítica y dominio de tecnologías emergentes.

Caracterización del participante
Encargados de Marketing, Community Manager, Gestores de Redes Sociales, Analistas de datos, Copywriters, creadores de contenido, consultores de Marketing, publicistas, product manager, diseñadores UX, periodistas o afín.

Requisitos de ingreso
Experiencia o conocimiento en marketing digital y cuenta de ChatGPT plus.

Requisitos técnicos

FICHA PROGRAMA NO CONDUCTENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 1 de 8

Sistema Operativo Windows 10 o superior; macOS 11 o posterior.
 Memoria RAM: 8 GB mínimo (se recomienda 16 GB o más).
 Procesador: velocidad de 2 GHz o superior (se recomienda Intel i5/i7 o equivalente).
 Tarjeta de sonido integrada o externa compatible con la computadora.
 Tarjeta gráfica: Integrada o dedicada con soporte para renderizado básico (se recomienda para herramientas de generación de imágenes y videos como Runway y MidJourney).
 Resolución de pantalla: 1280 x 720 como mínimo (se recomienda 1920 x 1080 para mejor experiencia).
 Almacenamiento: Al menos 5 GB de espacio libre en el disco duro.
 Navegadores Recomendados: Google Chrome (última versión), Mozilla Firefox (última versión), Microsoft Edge
 Cámara, micrófono, parlantes y/o audífonos
 Lector de PDF, como Adobe Acrobat Reader (adobe.com) o Foxit Reader (foxit.com)
 Conexión a Internet de mínimo 10 horas a la semana y de 12mbps o más para una adecuada experiencia de videoconferencia y visualización de recursos de aprendizaje (para medir la velocidad de su enlace a internet, puede visitar la página <http://www.speedtest.net/>).

Competencia

Utilizar técnicas de análisis de datos basadas en IA en la optimización de campañas de marketing digital.

Unidad de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Contenidos	Horas	
			T	P
Análisis y visualización de datos para campañas digitales	Aplicar técnicas de análisis y visualización de datos basadas en IA en el seguimiento de campañas de marketing digital.	1. Recopilación y procesamiento de datos para marketing digital: - Tipos de datos en campañas digitales: fuentes (Google Ads, Meta Ads, CRM, web analytics) y formatos en que se presentan los datos. - Preparación de datos para su análisis mediante tareas de limpieza. - Uso de herramientas basadas en IA para automatizar el procesamiento de datos. 2. Visualización de datos con herramientas de IA: - Principios de visualización efectiva en marketing. - Plataformas y herramientas recomendadas (Google Looker Studio, Power BI, GA4, entre otros). - IA en plataformas de visualización para generar gráficos automáticos, identificar insights clave y personalizar en marketing digital. 3. Análisis de resultados con enfoque predictivo: - Métricas clave de rendimiento: CPC (Costo por Clic), CTR (Click Through Rate), CPA (Costo por Adquisición), ROAS (Retorno	6	9

		sobre el Gasto Publicitario) y tasas de conversión, entre otras. • Identificación de patrones de comportamiento del usuario con herramientas analíticas para identificar comportamientos repetitivos, tendencias y correlaciones en la interacción del usuario. • Interpretación de datos con apoyo de modelos basados en IA. 4. Dashboards inteligentes para monitoreo de campañas: • Diseño y estructura de un dashboard funcional para campañas de marketing digital (táctico, operativo y estratégico). • Selección de indicadores clave según tipo de campaña y objetivo KPIs, branding, performance, remarketing, entre otros. • Automatización del monitoreo con herramientas impulsadas por IA. 5. Toma de decisiones basada en datos: • Análisis comparativo entre campañas y segmentos de audiencia. • Generación de recomendaciones automatizadas con IA (sobre presupuesto, audiencias, horarios, formatos y mensajes publicitarios). • Casos de uso: decisiones en tiempo real vs decisiones estratégicas.		
Optimización automatizada de campañas con IA	Aplicar técnicas de segmentación predictiva y automatización basadas en IA en la optimización continua de campañas de marketing digital.	1. Modelos predictivos aplicados a marketing digital: • ¿Qué es un modelo predictivo y cómo funciona con IA? • Segmentación de audiencias con base en predicciones de comportamiento. • Desarrollo de escenarios donde la IA permite identificar usuarios con alta probabilidad de compra, detectar señales tempranas de abandono y proyectar niveles de retención. 2. Optimización de campañas en plataformas publicitarias: • Configuración de campañas asistida por IA en Google Ads y Meta Ads. • Automatización de elementos clave: pujas, segmentación dinámica y presupuesto. • Evaluación del impacto de las decisiones automatizadas.	6	9
FICHA PROGRAMA NO CONDUCTENTE A TÍTULO (PNCT)			Versión: 4	
Diseño de Programas Académicos			Página 3 de 8	

		3. Ajustes automatizados en campañas según rendimiento: • Parámetros ajustables: mensajes, horarios, dispositivos, canales. • Implementación de reglas automatizadas basadas en umbrales de rendimiento (ejemplo: bajar presupuesto si CPA sube). • Ajustes continuos mediante aprendizaje automático. 4. Estrategias de mejora continua con IA: • Ciclo de mejora continua basado en datos: medir, interpretar, ajustar y repetir. • Identificación de oportunidades de optimización mediante inteligencia artificial. • Planificación estratégica de futuras optimizaciones con modelos predictivos. 5. Simulación de escenarios de optimización: • Diseño y construcción de escenarios "¿qué pasaría si...?" utilizando datos históricos • Análisis anticipado de riesgos y oportunidades antes de aplicar cambios reales. • Herramientas que permiten realizar simulaciones sin afectar campañas activas.		
Subtotal			12	18
Horas totales				30

Estrategias metodológicas	
Metodologías de entrega de contenidos: Al término de este curso los participantes podrán utilizar técnicas de análisis de datos basadas en IA en la optimización de campañas de marketing digital. El curso se desarrollará en modalidad e-learning sincrónico a través del Ambiente Virtual de Aprendizaje de Duoc UC. La estrategia metodológica será interactiva-expositiva, es decir, el facilitador presentará contenidos utilizando distintos recursos educativos tales como presentación power point, material audiovisual, recursos interactivos u otro tipo de documento, además desarrollará actividades enfocadas a la aplicación práctica de los contenidos. Entre los métodos de enseñanza y aprendizaje que se utilizarán, está la definición de conceptos clave, análisis de casos, resolución de problemas y ejercicios de aplicación donde los participantes deberán desarrollar actividades en forma individual o grupal. El desarrollo de los contenidos se dividirá en sesiones, cada una se realizará a través de una secuencia didáctica compuesta por cuatro momentos: Activación, Demostración, Aplicación e Integración. Descripción de unidades: Unidad 1: En esta unidad, los participantes aprenderán a recopilar, procesar, analizar y visualizar datos de campañas de marketing digital utilizando herramientas apoyadas en IA. A través de sesiones sincrónicas, se trabajará con casos simulados que permitirán interpretar métricas clave de rendimiento, identificar	
FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 4 de 8

patrones de comportamiento y aplicar técnicas de visualización para facilitar la toma de decisiones. Mediante actividades guiadas en plataformas como Google Analytics, Looker Studio o Power BI, se espera que puedan construir dashboards funcionales que integren información relevante y fundamenten decisiones de optimización basadas en datos reales o simulados.

Unidad 2: En esta unidad, los participantes aplicarán técnicas de segmentación predictiva y automatización basadas en IA para mejorar campañas de marketing digital en entornos simulados. A través de clases prácticas sincrónicas, se configurarán campañas en plataformas como Google Ads o Meta Ads, utilizando criterios basados en modelos predictivos y reglas automatizadas de ajuste. Además, se implementarán mejoras continuas basadas en datos de seguimiento y se simularán escenarios de optimización con herramientas predictivas, fomentando una comprensión aplicada del ciclo de mejora en campañas digitales gestionadas con IA.

Estrategias evaluativas		
Indicadores de logro	Instrumentos de evaluación	Normas de aprobación
Unidad 1		
1. Identifica y clasifica fuentes y tipos de datos en campañas de marketing digital en el contexto del uso de IA. 2. Utiliza herramientas de análisis de datos en el procesamiento de información de campañas según criterios definidos. 3. Emplea herramientas de visualización de datos en la presentación de información relevante de campañas digitales. 4. Selecciona métricas clave de rendimiento y evaluación del desempeño de una campaña digital. 5. Aplica técnicas de análisis de datos en la identificación de patrones y comportamientos del usuario en campañas simuladas. 6. Utiliza una plataforma de visualización de datos en la organización de indicadores clave en un dashboard funcional. 7. Integra visualizaciones y datos analizados en un reporte de monitoreo usando herramientas digitales. 8. Explica decisiones de optimización en función del	La evaluación tiene una finalidad sumativa a través de heteroevaluación. Para ello, los participantes deberán desarrollar una entrega de encargo de manera individual, debiendo completar una serie de instrucciones que se evaluarán con rúbrica.	Las calificaciones derivadas de las evaluaciones sumativas estarán expresadas con notas entre 1.0 y 7.0, siendo 4.0 el mínimo requerido para la aprobación. Se corregirá el desarrollo aplicando un 60% de exigencia. Esta evaluación representa el 40% de la calificación final del curso.
FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)		Versión: 4
Diseño de Programas Académicos		Página 5 de 8

análisis realizado a partir del dashboard construido.		
Unidad 2		
- Describe el funcionamiento básico de un modelo predictivo aplicado a campañas de marketing digital. - Selecciona variables de segmentación utilizadas en modelos predictivos en función de un objetivo comercial definido. - Aplica un modelo predictivo básico para segmentar audiencias en un caso simulado de campaña digital. - Configura una campaña digital en una plataforma publicitaria considerando criterios de segmentación generados con IA. - Ajusta parámetros de campaña como canal, mensaje o presupuesto en función del rendimiento observado. - Aplica reglas automatizadas de mejora en una plataforma publicitaria según umbrales de rendimiento predefinidos. - Utiliza datos de seguimiento de campaña para implementar mejoras continuas en el entorno simulado. - Emplea herramientas predictivas para simular escenarios de optimización basados en datos históricos.	La evaluación tiene una finalidad sumativa a través de heteroevaluación. Para ello, los participantes deberán desarrollar una entrega de encargo de manera individual, debiendo completar una serie de instrucciones que se evaluarán con rúbrica.	Las calificaciones derivadas de las evaluaciones sumativas estarán expresadas con notas entre 1.0 y 7.0, siendo 4.0 el mínimo requerido para la aprobación. Se corregirá el desarrollo aplicando un 60% de exigencia. Esta evaluación representa el 60% de la calificación final del curso.

Requisito de aprobación	
Modalidad sincrónica	Nota mínima de aprobación 4.0 Asistencia igual o superior al 75%

Recursos para la implementación			
Infraestructura	Indicar sede	Equipos y herramientas	Material didáctico

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 6 de 8

N/A	N/A	1 c/u	• ChatGPT (OpenAI) freemium (gratuito con GPT-3.5; GPT-4 requiere suscripción). • Google Analytics 4 gratuito. • Google Loker Studio gratuito. • Power BI gratuito con funciones limitadas. • Google Ads (modo demo o cuenta simulada): configuración de campañas, segmentación y reglas automatizadas. Gratuito (modo demo o sin ejecutar campañas reales). • Meta Ads Manager (modo simulación): segmentación de audiencias, configuración de campañas. Gratuito (puede usarse sin publicar anuncios).	10 2 2 2	Recursos instruccionales Guía de contenido de cada unidad Evaluaciones sumativas Material complementario
-----	-----	-------	---	-------------------------------	---

Próxima actualización sugerida (Debe ser sugerido por Experto Disciplinar designado por la Unidad Académica)

Máximo dos años

Diplomado	Cursos conducentes al diplomado o certificación (identificar cursos base y optativos)
Diplomado en IA aplicada al marketing digital	IA y aplicaciones estratégicas en marketing digital y ventas
	IA generativa y creación de contenido de marketing digital
	Optimización de campañas de marketing digital con IA
	Automatización y personalización del marketing digital con IA

Convalidación		
Diplomado	Curso	Código
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A

Articulación		
Programa	Escuela	Código
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A

Otros programas relacionados con la temática

Herramientas de IA en marketing digital
Aplicación de herramientas de analítica digital y reportería
Diseño de performance marketing

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 7 de 8

Recursos docentes: Perfil desarrollador	
Requisitos relativos a la educación	Universitaria.
Requisitos relativos a la formación	Profesional del área de marketing digital, ingeniería comercial, análisis de datos o afín, con especialización en inteligencia artificial aplicada a la analítica digital, visualización de datos o automatización de campañas (curso, diplomado o magíster).
Requisitos relativos a las habilidades	Habilidades de diseño instruccional, redacción académica, análisis curricular, manejo de entornos de aprendizaje digital y conocimiento actualizado en herramientas de analítica, dashboards, IA aplicada al marketing y plataformas publicitarias.
Requisitos relativos a la experiencia	3 años o más.

Recursos docentes: Perfil relator	
Requisitos relativos a la educación	Universitaria.
Requisitos relativos a la formación	Profesional del área de marketing digital, publicidad, ingeniería comercial o afín, con formación complementaria en análisis de datos, inteligencia artificial aplicada a marketing o plataformas de automatización de campañas (curso, diplomado o magíster).
Requisitos relativos a las habilidades	Habilidades comunicacionales, dominio práctico de herramientas de análisis y visualización de datos (Google Analytics, Looker Studio, Power BI), manejo de plataformas como Google Ads y Meta Ads, capacidad para guiar procesos de aprendizaje práctico y experiencia en formación de adultos.
Requisitos relativos a la experiencia	3 años o más.

Nombre del curso	Vacantes Educación Continua	Vacantes SENCE	Horas totales	Modalidad factible
Automatización y personalización del marketing digital con IA	35	20	30	E-Learning sincrónico

Identificación
Código SENCE:
Código Curso Duoc UC:

Unidad Académica	Subdirector(a) Unidad Académica	Fecha de elaboración
Escuela de Administración y negocios	Paulette Rouliez	28/4/2025

Especialista disciplinar	Analista instruccional	Diseñador(a) instruccional
Patricio Melillán Furicoyán	Elieska Pérez Pernia	N/A

Aporte de valor del curso (no SENCE)
En un escenario donde las audiencias exigen interacciones personalizadas y las empresas buscan eficiencia operativa, la automatización inteligente y la personalización basada en datos se han convertido en ejes fundamentales del marketing digital. El mercado demanda profesionales capaces de diseñar recorridos automatizados del cliente, adaptar contenidos en tiempo real, implementar estrategias de fidelización personalizadas y optimizar la compra de medios mediante tecnologías como IA, CRM, chatbots y plataformas de automatización. La combinación de estas habilidades es cada vez más valorada en roles vinculados a marketing automation, experiencia de cliente, gestión de audiencias y medios digitales. El curso “Automatización y personalización del marketing digital con IA” responde a esta demanda mediante una formación práctica que permite a los participantes diseñar flujos automatizados, configurar interacciones personalizadas y planificar campañas optimizadas con apoyo de inteligencia artificial. A través de sesiones sincrónicas, simulaciones y herramientas reales, se desarrollan estrategias integradas que conectan datos, comportamiento del usuario y tecnología, fortaleciendo la capacidad de los participantes para construir experiencias relevantes, escalables y alineadas a los objetivos comerciales de los entornos digitales actuales.

Caracterización del participante
Encargados de Marketing, Community Manager, Gestores de Redes Sociales, Analistas de datos, Copywriters, creadores de contenido, consultores de Marketing, publicistas, product manager, diseñadores UX, periodistas o afín.

Requisitos de ingreso
Experiencia o conocimiento en marketing digital y cuenta de ChatGPT plus.

Requisitos técnicos

FICHA PROGRAMA NO CONDUCTENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 1 de 8

Sistema Operativo Windows 10 o superior; macOS 11 o posterior.
Memoria RAM: 8 GB mínimo (se recomienda 16 GB o más).
Procesador: velocidad de 2 GHz o superior (se recomienda Intel i5/i7 o equivalente).
Tarjeta de sonido integrada o externa compatible con la computadora.
Tarjeta gráfica: Integrada o dedicada con soporte para renderizado básico (se recomienda para herramientas de generación de imágenes y videos como Runway y MidJourney).
Resolución de pantalla: 1280 x 720 como mínimo (se recomienda 1920 x 1080 para mejor experiencia).
Almacenamiento: Al menos 5 GB de espacio libre en el disco duro.
Navegadores Recomendados: Google Chrome (última versión), Mozilla Firefox (última versión), Microsoft Edge
Cámara, micrófono, parlantes y/o audífonos
Lector de PDF, como Adobe Acrobat Reader (adobe.com) o Foxit Reader (foxit.com)
Conexión a Internet de mínimo 10 horas a la semana y de 12mbps o más para una adecuada experiencia de videoconferencia y visualización de recursos de aprendizaje (para medir la velocidad de su enlace a internet, puede visitar la página <http://www.speedtest.net/>).

Competencia
Diseñar flujos automatizados y experiencias personalizadas en marketing digital con herramientas de IA.

Unidad de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Contenidos	Horas	
			T	P
Automatización inteligente del customer journey con IA	Utilizar herramientas de IA en flujos automatizados que optimicen el recorrido del cliente en entornos digitales.	1. Diseño de embudos de conversión automatizados: • Mapeo del Customer Journey y puntos de Identificación y análisis de las etapas clave del recorrido del cliente. • Identificación de oportunidades de automatización • Diseño y construcción de flujos automatizados multicanales basados en comportamiento.	6	9
		2. Implementación de chatbots y asistentes virtuales: • Exploración de herramientas y plataformas para desarrollo conversacional. • Integración de chatbots en sitios web, plataformas de mensajería (WhatsApp, Messenger) y redes sociales. • Diseño de respuestas automatizadas personalizadas con IA generativa.		
		3. Lógica de personalización dentro de flujos automatizados: • Definición de reglas dinámicas basadas en comportamiento del usuario. • Configuración de disparadores condicionales en plataformas de automatización.		
FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)			Versión: 4	
Diseño de Programas Académicos			Página 2 de 8	

		- Diseño de rutas variables según etapa del Customer Journey. 4. Sistemas de respuesta automatizada y seguimiento inteligente - Automatización de correos, notificaciones y acciones de seguimiento. - Uso de IA para determinar el momento y el canal óptimo. - Integración con plataformas de automatización.		
Personalización avanzada y compra programática con IA	Diseñar estrategias de personalización y compra programática con IA considerando la efectividad de las campañas de marketing digital.	1. Estrategias de hiperpersonalización de contenido y ofertas: - Adaptación dinámica de mensajes, imágenes y formatos según perfil de usuario. - Aplicación de IA generativa para personalización a escala: Uso de modelos como GPT, DALL-E u otros. - Recomendaciones de productos u ofertas personalizadas en tiempo real. 2. Segmentación predictiva y análisis de audiencias: - Aplicación de modelos avanzados de segmentación basados en comportamiento y preferencias. - Uso de scoring predictivo para clasificar audiencias. - Análisis de intención de compra y retención con apoyo de IA. 3. Integración de IA en plataformas de marketing automation y/o CRM: - Sincronización de datos entre plataformas (ej: HubSpot, ActiveCampaign, Salesforce). - Automatización de acciones comerciales a partir de señales del usuario. - IA como soporte para lead nurturing y fidelización. 4. Planificación y ejecución de campañas digitales en Google Ads y Meta Ads con apoyo de IA: - Ecosistema de medios digitales y su aplicación en campañas de Google Ads y Meta Ads, con IA artificial para una gestión eficiente.	6	9

		- Optimización de segmentación y estrategias de puja en campañas de ADS con IA. - Seguimiento en tiempo real y ajustes automáticos en campañas digitales con IA, mejorando el uso del presupuesto y el rendimiento.		
Subtotal			12	18
Horas totales			30	

Estrategias metodológicas
Metodologías de entrega de contenidos: Al término de este curso los participantes podrán diseñar flujos automatizados y experiencias personalizadas en marketing digital con herramientas de IA. El curso se desarrollará en modalidad e-learning sincrónico a través del Ambiente Virtual de Aprendizaje de Duoc UC. La estrategia metodológica será interactiva-expositiva, es decir, el facilitador presentará contenidos utilizando distintos recursos educativos tales como presentación power point, material audiovisual, recursos interactivos u otro tipo de documento, además desarrollará actividades enfocadas a la aplicación práctica de los contenidos. Entre los métodos de enseñanza y aprendizaje que se utilizarán, está la definición de conceptos clave, análisis de casos, resolución de problemas y ejercicios de aplicación donde los participantes deberán desarrollar actividades en forma individual o grupal. El desarrollo de los contenidos se dividirá en sesiones, cada una se realizará a través de una secuencia didáctica compuesta por cuatro momentos: Activación, Demostración, Aplicación e Integración. Descripción de unidades: Unidad 1: En esta unidad, los participantes aprenderán a diseñar flujos automatizados que optimicen el recorrido del cliente en entornos digitales, integrando herramientas de inteligencia artificial como chatbots, sistemas de respuesta automática y plataformas de automatización. A través de sesiones sincrónicas y ejercicios guiados, se trabajará con casos simulados para mapear embudos de conversión, configurar interacciones automatizadas y adaptar los recorridos del usuario en función de su comportamiento. El enfoque estará en la aplicación práctica de lógica condicional y decisiones personalizadas dentro del flujo, fortaleciendo la capacidad de diseñar experiencias automatizadas alineadas a objetivos de marketing. Unidad 2: En esta unidad, los participantes aprenderán a diseñar estrategias de personalización y planificación de medios digitales utilizando herramientas de inteligencia artificial. Mediante clases sincrónicas y análisis de casos, explorarán cómo adaptar contenidos y ofertas en tiempo real a partir del análisis predictivo de audiencias, integrar herramientas de IA en plataformas de CRM y marketing automation, y aplicar principios de compra programática para segmentar y optimizar campañas. El aprendizaje se centrará en la construcción de propuestas estratégicas que combinen datos, tecnología y creatividad para mejorar la efectividad de las acciones de marketing digital.

Estrategias evaluativas		
Indicadores de logro	Instrumentos de evaluación	Normas de aprobación
Unidad 1		
FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)		Versión: 4
Diseño de Programas Académicos		Página 4 de 8

1. Identifica las etapas del customer journey en el diseño de un embudo automatizado de marketing digital. 2. Selecciona puntos de automatización clave en un flujo de conversión según el comportamiento del usuario. 3. Aplica herramientas de diseño de flujos en la representación de la estructura de un embudo automatizado con IA. 4. Configura un chatbot básico o asistente virtual utilizando una herramienta de automatización conversacional. 5. Integra acciones automatizadas de respuesta (como correos o mensajes) dentro del flujo, en función de eventos del usuario. 6. Utiliza condiciones y disparadores personalizados en la adaptación del recorrido del usuario en base a su comportamiento. 7. Explica la lógica del flujo automatizado diseñado considerando las decisiones tomadas y el uso de IA en la personalización de la experiencia.	La evaluación tiene una finalidad sumativa a través de heteroevaluación. Para ello, los participantes deberán desarrollar una entrega de encargo de manera individual, debiendo completar una serie de instrucciones que se evaluarán con rúbrica.	Las calificaciones derivadas de las evaluaciones sumativas estarán expresadas con notas entre 1.0 y 7.0, siendo 4.0 el mínimo requerido para la aprobación. Se corregirá el desarrollo aplicando un 60% de exigencia. Esta evaluación representa el 40% de la calificación final del curso.
---	---	---

Unidad 2

1. Analiza variables de segmentación predictiva en función de los objetivos de personalización de una campaña digital. 2. Selecciona herramientas de IA en la personalización de contenidos y ofertas según el comportamiento del usuario. 3. Formula criterios de personalización dinámica que respondan a distintos perfiles de audiencia. 4. Estructura flujos de automatización personalizados integrando IA en plataformas automatizadas.	La evaluación tiene una finalidad sumativa a través de heteroevaluación. Para ello, los participantes deberán desarrollar una entrega de encargo de manera individual, debiendo completar una serie de instrucciones que se evaluarán con rúbrica.	Las calificaciones derivadas de las evaluaciones sumativas estarán expresadas con notas entre 1.0 y 7.0, siendo 4.0 el mínimo requerido para la aprobación. Se corregirá el desarrollo aplicando un 60% de exigencia. Esta evaluación representa el 60% de la calificación final del curso.
---	---	---

5. Diseña una estrategia de personalización multicanal que combine contenido, canal y momento de activación en función de datos de usuario. 6. Explica el funcionamiento de las plataformas publicitarias digitales aplicadas a estrategias de segmentación automatizada con inteligencia artificial. 7. Diseña una propuesta de planificación de medios que utilice herramientas inteligentes para anticipar audiencias y optimizar la inversión en campañas. 8. Justifica las decisiones tomadas en la estrategia de personalización y medios con base en el análisis de datos y el comportamiento de la audiencia.		
---	--	--

Requisito de aprobación	
Modalidad sincrónica	Nota mínima de aprobación 4.0 Asistencia igual o superior al 75%

Recursos para la implementación					
Infraestructura	Indicar sede	Equipos y herramientas		Material didáctico	
N/A	N/A	1 c/u	Herramientas para flujos automatizado y embudos: - Miro/Whimsical/Lucidchart. Freemium (funciones básicas gratuitas). - Mailchimp. Freemium (plan gratuito hasta 500 contactos). - HubSopt. Freemium (funcionalidades básicas gratuitas). - ActiveCampaing. De pago (prueba gratuita por 14 días).	10	Recursos instruccionales
				2	Guía de contenido de cada unidad
				2	Evaluaciones sumativas
				2	Material complementario

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 6 de 8

		Herramientas para personalización de contenido y segmentación: • ChatGPT. Freemium (GPT-3.5 gratuito; GPT-4 requiere suscripción). • Google Sheets (gratuito) o Excel. • Google Analytics 4 (gratuito). Herramientas para chatbots y asistentes virtuales: • Tidio / Landbot / Manychat / Chatfuel. Freemium (planes básicos gratuitos, opciones de pago según funciones). • Dialogflow. Freemium (uso limitado sin costo, requiere cuenta de Google Cloud). Herramientas para planificación y compra programática de medios: Google Ads / Meta Ads Manager. Gratuito (no requiere inversión si no se publican campañas reales).		
--	--	---	--	--

Próxima actualización sugerida (Debe ser sugerido por Experto Disciplinar designado por la Unidad Académica)
Máximo dos años

Diplomado	Cursos conducentes al diplomado o certificación (identificar cursos base y optativos)
Diplomado en IA aplicada al marketing digital	IA y aplicaciones estratégicas en marketing digital y ventas
	IA generativa y creación de contenido de marketing digital
	Optimización de campañas de marketing digital con IA
	Automatización y personalización del marketing digital con IA

Convalidación		
Diplomado	Curso	Código
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A

Articulación		
Programa	Escuela	Código
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 7 de 8

Otros programas relacionados con la temática
Herramientas de IA en marketing digital
Aplicación de herramientas de analítica digital y reportería
Diseño de performance marketing

Recursos docentes: Perfil desarrollador	
Requisitos relativos a la educación	Universitaria.
Requisitos relativos a la formación	Profesional del área de marketing digital, ingeniería comercial, publicidad o afín, con especialización en automatización de marketing, CRM, experiencia de cliente o inteligencia artificial aplicada a la personalización digital (curso, diplomado o magíster).
Requisitos relativos a las habilidades	Habilidades de diseño instruccional, redacción académica, análisis curricular, y manejo actualizado de tecnologías vinculadas a automatización de flujos, segmentación predictiva, chatbots y plataformas de marketing automation.
Requisitos relativos a la experiencia	3 años o más.

Recursos docentes: Perfil relator	
Requisitos relativos a la educación	Universitaria.
Requisitos relativos a la formación	Profesional del área de marketing digital, experiencia de cliente, automatización o afín, con formación complementaria en uso de plataformas CRM, marketing automation, diseño de journeys y herramientas de IA aplicadas a la personalización (curso, diplomado o magíster).
Requisitos relativos a las habilidades	Habilidades comunicacionales, dominio práctico de herramientas como HubSpot, Mailchimp, ActiveCampaign, GA4 y plataformas de chatbot; capacidad para diseñar flujos automatizados y estrategias personalizadas; experiencia facilitando procesos formativos en entornos digitales sincrónicos.
Requisitos relativos a la experiencia	3 años o más.

FICHA PROGRAMA NO CONDUCENTE A TÍTULO (PNCT)	Versión: 4
Diseño de Programas Académicos	Página 8 de 8