

Tendencias tecnológicas aplicadas al marketing

Cod.: 09



DIRECTORES:

Ramón Alberto Carrasco González (UCM) Edwin David Huaynate Mato (ULIMA).

FECHAS Y HORARIO DEL CURSO:

Del 17 al 28 de marzo de 2025.

Mañanas de 9:00 a 14:00 horas, de lunes a viernes.

PERFIL DEL ALUMNADO:

- Estudiantes de último año de las carreras de pregrado (Ingeniería, Administración, Marketing, Comunicaciones), docentes, estudiantes de posgrado, egresados, alumnos del consorcio de universidades y alumnos de Iberoamérica.

OBJETIVOS:

- Conocer, entender y aplicar herramientas digitales y plataformas tecnológicas para diseñar estrategias más efectivas y personalizadas, con enfoque en el conocimiento y comportamiento del cliente. Estas tecnologías, como la inteligencia artificial, el análisis de datos y el marketing digital, potencian la capacidad de segmentar audiencias, optimizar campañas, medir resultados en tiempo real y adaptarse a un entorno de consumo cada vez más digitalizado. Esto no solo mejora la competitividad en el marketing, sino que también fomenta la innovación y la toma de decisiones basadas en datos de las organizaciones.

PROGRAMA:

- **Módulo 1: Customer Relationship Management.**
 - Introducción. CRM y Marketing.
 - El cliente. Experiencia.
 - Definición de CRM.
 - Tecnología de CRM.
 - Evaluación de la tecnología de CRM.
 - Taller Práctico de Salesforce.
 - Taller Práctico de Estrategia Relacional y Machine Learning.
- **Módulo 2: Digital Marketing.**
 - Introducción al marketing digital.
 - Diseño de un plan de marketing digital.
 - Funnel de ventas digital y estrategias digitales.
 - Casos prácticos de estrategias de adquisición, conversión y retención.
 - Analítica digital.

- Taller Práctico de Google Ads.
- Taller Práctico de Google Analytics.

- **Módulo 3: Artificial Intelligence.**
 - Contexto Empresarial y Transformación Digital.
 - Fundamentos de la Inteligencia Artificial.
 - Conceptos básicos de machine Learning, Deep Learning y NLP.
 - Historia y evolución de la Inteligencia Artificial en el ámbito comercial.
 - Aplicaciones de la Inteligencia Artificial Generativa.
 - Casos de Uso de Inteligencia Artificial en el marketing.
 - Barreras de Adopción.
 - Como empezar con la IA en una empresa.
 - Taller Práctico: Creación de chatbots utilizando IA.

- **Módulo 4: Datastorytelling y Datavisualization con Power BI.**
 - Introducción al datastorytelling y su importancia en el marketing.
 - Componentes de una buena historia contada con datos.
 - Identificación de datos y métricas claves en marketing.
 - Visualización de indicadores para el marketing.
 - Estrategias Narrativas para campañas de marketing.
 - Introducción a las herramientas de Datavisualization.
 - Implementación de reportes y dashboards básicos en Power BI.
 - Taller práctico de Power BI.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS:

- **Taller Práctico de Salesforce.**

Este taller tiene como objetivo ofrecer una introducción interactiva a Salesforce (no será necesario tener licencias del software), enfocándose en sus capacidades para mejorar los procesos de marketing, ventas y soporte al cliente. Los participantes aprenderán a utilizar funcionalidades clave, a automatizar tareas y a aprovechar la herramienta para impulsar el crecimiento de sus negocios.

- **Taller Práctico: Estrategia Relacional y Machine Learning.**

El taller busca capacitar a los participantes en el uso de KNIME para diseñar estrategias de marketing relacional mediante el modelo RFM (Recencia, Frecuencia, Valor Monetario) y técnicas de clustering. Al finalizar, los participantes podrán segmentar clientes, interpretar segmentos y desarrollar estrategias relacionales personalizadas.

- **Taller Práctico de Power BI.**

Tiene como objetivo enseñar a transformar y visualizar datos mediante Power BI (software gratuito). Los participantes aprenderán a conectar fuentes de datos, crear informes dinámicos y diseñar dashboards interactivos para mejorar la toma de decisiones empresariales, a través de ejercicios prácticos.

- **Taller Práctico de creación de chatbots con IA.**
Tiene como objetivo la creación de un chatbot mediante el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial. Los participantes usaran el software Voiceflow (software gratuito) para realizar chatbots que mejoren los procesos de atención de clientes en una empresa.
- **Taller Práctico de Google Ads y Google Analytics.**
Tiene como objetivo capacitar a los participantes en el uso efectivo de estas herramientas para diseñar, implementar y optimizar campañas publicitarias digitales, así como para analizar el rendimiento y el comportamiento del usuario.

PROFESORADO:

- Prof. Dr. Ramón Alberto Carrasco González, UCM.
- Prof. Dr. José Javier Galán Hernández, UCM.
- Prof. Mag. Edwin David Huaynate Mato, ULIMA.
- Prof. Mag. Alfredo David Ramos Ramírez, ULIMA.

SÍNTESIS CURRICULAR DE LOS/AS DOCENTES PARTICIPANTES:



Prof. Dr. Ramón Alberto Carrasco González, UCM.

- ✚ Se unió al sistema universitario en 1995, primero como investigador en el grupo de Bases de Datos y Sistemas de Información Inteligentes, y luego como profesor asociado en la Universidad de Granada y luego en la Universidad Complutense de Madrid (UCM), donde actualmente es Profesor Titular y Vicedecano de Posgrado, Investigación y Relaciones Internacionales.
- ✚ Con una destacada trayectoria, acumula 27 publicaciones JCR Q1, ha sido citado 1166 veces en Google Scholar y cuenta con un índice h de 19. Ha dirigido ocho tesis doctorales y participado en más de 20 proyectos competitivos, varios internacionales. Como investigador principal del grupo UCM D3MOS, ha contribuido significativamente al desarrollo académico y científico. Su experiencia se complementa con una sólida carrera en banca (1992- 2016), ocupando roles de liderazgo en Business Intelligence y transferencia de conocimiento universidad-empresa. Colabora frecuentemente en actividades de evaluación para revistas de prestigio, seminarios divulgativos y congresos diversos. En 2024 ha conseguido la acreditación ANECA a Catedrático.
- ✚ Experiencia laboral:
 - Investigador y profesor universitario desde 1995 (UGR, UCM). Responsable de BI y desarrollo en Caja General de Ahorros de Granada y Banco Mare Nostrum desde 1992 A 2016.
- ✚ Estudios:
 - Licenciado en Informática por la UGR (1995).
 - Doctorado en Programa Tratamiento de la Información en Inteligencia Artificial por la UGR (2003).

**Prof. Dr. José Javier Galán Hernández, UCM.**

- ✚ Profesional en tecnologías de la información y análisis de datos con amplia experiencia en formación universitaria y gestión de sistemas. Es doctor por el programa de Análisis de Datos en la UCM y ejerce como Profesor Asociado en el Departamento de Sistemas Informáticos. Posee una sólida formación en dirección de proyectos informáticos, peritaje judicial y certificaciones de Microsoft en plataformas en la nube. Con más de 15 años de experiencia profesional, ha liderado departamentos de sistemas y formación en múltiples entidades, combinando conocimiento técnico y habilidades docentes en redes, bases de datos y desarrollo de software. Autor de publicaciones JCR, capítulos de libro y congresos sobre tecnologías emergentes y su impacto en sectores como el turismo, su trayectoria incluye colaboraciones en investigación y capacitación a nivel internacional. En 2024 ha conseguido la acreditación ANECA a Profesor Contratado Doctor.
- ✚ Experiencia laboral:
 - Profesor Asociado, UCM (2019-actualidad).
 - Responsable Dto. Sistemas, CED Pericial (2010-actualidad).
 - Responsable Informático, Comel S.A. (2008-2010).
 - Formador Freelance y para INEM (2006-2015).
- ✚ Estudios:
 - Doctor Análisis de Datos (Data Science), UCM (2024).
 - Máster en Dirección de Proyectos, Univ. Alcalá
 - MCSA: Cloud Platform, Microsoft.

**Prof. Mag. Edwin David Huaynate Mato, ULIMA.**

- ✚ Doctorando en Administración de Empresas, MBA, Ingeniero de Sistemas, Ejecutivo con más de 16 años de experiencia en estrategias de inteligencia comercial, CRM marketing digital, gestión y fidelización de clientes, con experiencia en banca, retail, y telecomunicaciones. Docente universitario de pregrado y post grado con más de 15 años de experiencia en el dictado de cursos relacionados a Marketing Estratégico, CRM, Planificación Comercial y Marketing Digital. Con fortaleza en proponer y desarrollar soluciones para la generación de valor a través de la gestión y análisis de información con enfoque en la formulación de estrategias de marketing centradas en el cliente.
- ✚ Experiencia laboral:
 - Docente de la Carrera de Marketing de la Universidad de Lima (2013 a la fecha).
 - Subgerente de Inteligencia de Negocios y CRM – Cencosud (2012-2020).
 - Especialista Senior en Campañas de Marketing Dirigido – Interbank (2010-2012).
 - Especialista en Gestión de Clientes – BBVA Banco Continental (2008-2010).
 - Analista de CRM – Telefónica (2004-2008).
- ✚ Estudios:
 - Doctorado en Administración de Empresas, Universidad de Lima (en curso).
 - Magíster en Administración de Negocios - MBA, Universidad de Lima, 2011.

- Magíster en Administración de Negocios - MBA, Universidad Autónoma de Barcelona, España, 2011.
- Ingeniero de Sistemas, Universidad de Lima, 2007.

✚ Investigaciones:

- López, V. W. B., Huaynate, E., y Méndez, C. (2018). Use of social CRM to improve targeted marketing campaigns in the retail sector. Paper presented at the Americas Conference on Information Systems 2018: Digital Disruption, AMCIS 2018 - Conferencia indexada en Scopus.

✚ Estudios complementarios:

- Especialización en Metodologías Ágiles (SCRUM), UPC, Lima, 2020.
- Especialización en Business Inteligencia, Analytics y Big Data, UNALM, Lima, 2020. Transformación Digital, ESAN, Lima 2020.
- Certificación en Inbound Marketing, Hubspot, USA, 2019.
- Diplomado en Marketing Estratégico, Universidad Adolfo Ibáñez, Santiago, Chile, 2018.
- Planificación Comercial, UPC, Lima 2016.
- Gestión de la Información con Microstrategy, Consultora Soluciones, Santiago, Chile, 2013.
- Programa Ejecutivo en Marketing, Centrum, Lima, 2009.
- Business Intelligence aplicado a la banca, MIGE Knowledge Institute, Lima 2009.



Prof. Mag. Alfredo David Ramos Ramírez, ULIMA.

- ✚ Project Manager senior con amplia experiencia liderando proyectos de implementaciones tecnológicas en sector telecomunicaciones, banca, minería y manufactura. Experto en la gestión de implementaciones, soporte e integraciones. Sólidos conocimientos en gestión de equipos de proyecto, negociación con proveedores, control de costos, administración de tiempos y cumplimiento de hitos. Docente de la Carrera de Marketing de la Universidad de Lima. Profesional enfocado en el cumplimiento de objetivos y mejora continua. Ingeniero de sistemas con MBA de la Universidad de Lima. Inglés Avanzado.

✚ Experiencia laboral:

- Docente de la Carrera de Marketing de la Universidad de Lima (2018 a la fecha).
- Gerente de Proyectos CRM – Unibell (2024 a la fecha).
- Project Manager TI – Entel (2019-2024).
- Consultor Senior – Evol (2013-2019).

✚ Estudios:

- Magíster en Administración de Negocios - MBA, Universidad de Lima, 2011.
- Magíster en Administración de Negocios - MBA, Universidad Autónoma de Barcelona, España, 2011.
- Bachiller en Ingeniería de Sistemas, Universidad de Lima, 2007.