

# Bootcamp **DE CERO A EXPERTO: IA Y ANALÍTICA APLICADA AL MARKETING**

Modalidad Virtual  
»» 2025-1

Programa de Extensión y Educación Continua  
Facultad Ciencias Humanas  
Sede Bogotá



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA

# **SOBRE EL CURSO**

En un mundo donde los datos se han convertido en uno de los activos más valiosos, la analítica y la inteligencia artificial (IA) se posicionan como herramientas esenciales para el marketing. Las empresas que aprovechan estas tecnologías pueden entender mejor a sus clientes, anticipar tendencias y personalizar sus estrategias, aumentando significativamente su competitividad. Sin embargo, existe una brecha de habilidades en el mercado, ya que muchos profesionales carecen de conocimientos profundos en IA y analítica. Este bootcamp busca cerrar esa brecha, ofreciendo una formación completa y accesible desde un nivel inicial hasta un nivel experto, orientada específicamente al contexto del marketing. Con este enfoque práctico, los participantes adquirirán competencias que los posicionarán estratégicamente en el mercado laboral actual y futuro.

## **QUÉ ES UN BOOTCAMP?**

Un bootcamp es un programa intensivo y práctico de aprendizaje diseñado para enseñar habilidades específicas en un período corto de tiempo. Se caracteriza por enfocarse en objetivos claros y resultados inmediatos, combinando teoría básica con ejercicios prácticos y proyectos reales. Su estructura es inmersiva, con jornadas largas y continuas que permiten a los participantes adquirir conocimientos de forma rápida y efectiva.

## ¿CÓMO SE DIFERENCIA DE UN CURSO NORMAL?

### 1. Duración e Intensidad:

- Los bootcamps son más cortos y se concentran en horas intensivas, mientras que los cursos normales suelen extenderse durante semanas o meses.

### 2. Enfoque Práctico:

- Los bootcamps priorizan la aplicación práctica de los conocimientos desde el primer momento, utilizando casos reales y herramientas del mercado.
- Los cursos normales tienden a ser más teóricos y conceptuales, con menos enfoque en habilidades aplicadas.

### 3. Objetivos Específicos:

- Los bootcamps están diseñados para enseñar una habilidad o conjunto de habilidades en particular (como analítica y IA aplicada al marketing) que los participantes puedan usar inmediatamente.
- Los cursos normales cubren un rango más amplio de temas, pero de manera menos enfocada.

### 4. Herramientas y Tecnologías de Vanguardia:

- En los bootcamps, se utilizan herramientas y metodologías modernas, como IA generativa, Power BI, y Colab.
- Los cursos normales pueden no actualizarse tan rápidamente respecto a las tendencias del mercado.

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE UN BOOTCAMP EN ESTA ÁREA DEL CONOCIMIENTO?

### 1. Demanda de Habilidades en Analítica e IA:

- La analítica de datos y la inteligencia artificial son fundamentales en el marketing moderno, pero existe una brecha significativa de habilidades en estos campos. Un bootcamp permite a los participantes adquirir estas competencias clave de manera rápida y efectiva.

### 2. Aplicación Inmediata al Entorno Laboral:

- Los profesionales necesitan aprender a utilizar herramientas como Excel, Power BI, ChatGPT y Gemini para resolver problemas reales en marketing. Este enfoque práctico les prepara para implementar lo aprendido desde el día uno.

### 3. Respuestas a un Entorno de Marketing en Evolución:

- El marketing digital cambia constantemente con el uso de IA y analítica avanzada. Un bootcamp permite mantenerse actualizado con las tecnologías y metodologías más recientes.

### 4. Desarrollo de Soluciones Reales:

- Los participantes no solo aprenden teoría, sino que desarrollan proyectos aplicables a sus empresas o áreas de trabajo, generando valor inmediato.

## OBJETIVOS

➤ Introducir a los participantes en los fundamentos de IA y analítica de datos aplicados al marketing, cubriendo desde cero los conceptos de machine learning, big data, y algoritmos básicos para análisis de datos.

➤ Desarrollar competencias prácticas en el uso de herramientas de segmentación de mercado y análisis predictivo, aplicando técnicas de machine learning para identificar patrones en los datos y predecir comportamientos del consumidor.

➤ Capacitar en el uso de IA generativa para el análisis de datos, facilitando la exploración de grandes volúmenes de información y generando insights a partir de patrones complejos, permitiendo una comprensión avanzada y estratégica de los datos para el marketing.

➤ Implementar técnicas avanzadas de visualización de datos y storytelling con datos, promoviendo una comunicación clara y efectiva de los hallazgos en el análisis para la toma de decisiones en marketing.

➤ Fomentar una perspectiva ética y responsable en el uso de IA y analítica de datos en marketing, abordando temas como privacidad, transparencia y responsabilidad en el uso de datos y modelos de IA generativa.

# DIRIGIDO A

Estudiantes y profesionales de diversas áreas, como ingeniería, economía, ciencias sociales, estadística, comunicación, administración, artes y otras disciplinas, que deseen iniciar desde cero en el aprendizaje de analítica e inteligencia artificial aplicadas al marketing. También es ideal para emprendedores, freelancers, y cualquier persona interesada en adquirir competencias prácticas y tecnológicas para comprender el comportamiento del mercado, anticipar tendencias y desarrollar estrategias personalizadas, independientemente de su experiencia previa en marketing o tecnología.

## GENERALIDADES



### DURACIÓN

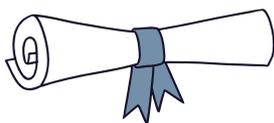
**24**  
HORAS

Modalidad virtual  
Sincrónico (Clases en vivo)



### HORARIO

Sábados  
8:00 am a 12:00m y  
1:00 a 3:00 pm



### CERTIFICACIÓN

Mínimo 80% de  
asistencia a las clases.

# CONTENIDO TEMÁTICO

## DÍA 1: ANALÍTICA DESCRIPTIVA Y CREACIÓN DE INDICADORES EN MARKETING

### 1. Fundamentos de Análítica de Marketing

- Introducción a KPIs clave en marketing (tasa de conversión, CTR, ROI, CLV, etc.).
- Actividad práctica: Definición de KPIs clave aplicados a casos reales de marketing.

### 2. Análisis Descriptivo en Excel y Google Sheets con Copilot y GPT

- Uso de Copilot y ChatGPT en Excel/Sheets para generar fórmulas y realizar análisis descriptivo.
- Actividad práctica: Análisis de datos de clientes para segmentación básica y visualización de tendencias usando fórmulas sugeridas por GPT.

### 3. Dashboards Descriptivos en Power BI con DAX y GPT

- Creación de dashboards interactivos con cálculos y fórmulas DAX generadas por ChatGPT.
- Actividad práctica: Diseñar un dashboard en Power BI para visualizar métricas de ventas y audiencia.

## DÍA 2: INSIGHTS DESCRIPTIVOS Y ANÁLISIS PREDICTIVO

### 1. Resumen de Insights Descriptivos con Data Analysis de ChatGPT

- Uso de Data Analysis en ChatGPT para generar insights y resúmenes automáticos.
- Actividad práctica: Interpretar datos de marketing y redactar un resumen ejecutivo con el apoyo de ChatGPT.

### 2. Introducción a Modelos Predictivos en Marketing

- Conceptos básicos de predicción: ventas, retención de clientes, y optimización de campañas.
- Ejemplos prácticos de cómo el análisis predictivo mejora la toma de decisiones.

### 3. Predicción de Tendencias en Excel y Power BI con GPT y DAX

- Uso de GPT para construir modelos de regresión y predicción de ventas.
- Actividad práctica: Crear un modelo predictivo en Power BI para anticipar tendencias de ventas.

### 4. Automatización de Reportes Predictivos en Power BI y Google Sheets

- Creación de reportes automáticos para monitorear métricas predictivas.
- Actividad práctica: Configurar un reporte predictivo automatizado en Power BI con insights generados por GPT.

## DÍA 3: MACHINE LEARNING Y SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

- 1. Segmentación Avanzada en Marketing con Power BI y GPT**
  - Conceptos y beneficios de la segmentación avanzada en campañas de marketing.
  - Actividad práctica: Identificación de segmentos relevantes en un dataset ficticio.
- 2. Creación de Segmentos en Power BI usando DAX y ChatGPT**
  - Uso de fórmulas DAX generadas por GPT para crear segmentos dinámicos en Power BI.
  - Actividad práctica: Crear segmentos de clientes en Power BI basados en comportamiento y valor de vida (CLV).
- 3. Machine Learning para Segmentación con Gemini en Colab**
  - Introducción al clustering para segmentación usando Gemini en Colab.
  - Actividad práctica: Aplicar clustering a un dataset para identificar segmentos y generar visualizaciones.

## DÍA 4: ESTRATEGIAS PERSONALIZADAS Y PROYECTO FINAL

- 1. Desarrollo de Estrategias Basadas en Segmentación e Insights Generados**
  - Creación de estrategias de marketing personalizadas para cada segmento.
  - Actividad práctica: Diseñar una estrategia para un segmento específico usando insights previos.
- 2. Integración de IA Generativa para Generación de Recomendaciones**
  - Uso de ChatGPT y herramientas de IA generativa para redactar recomendaciones de marketing personalizadas.
  - Actividad práctica: Crear un reporte final con recomendaciones específicas por segmento.
- 3. Proyecto Final Integrado: Estrategia Basada en IA y Analítica**
  - Trabajo en equipo para desarrollar una estrategia de marketing completa basada en los análisis y herramientas aprendidas.
  - Actividad práctica: Presentación de los resultados y discusión grupal con feedback del facilitador.

# DOCENTES

## Herbert Jair Bermúdez

Psicólogo de la Universidad Nacional de Colombia, Mágister en Administración de Empresas Universidad Nacional de Colombia, PHDCd, quince años de experiencia como consultor organizacional e investigación de mercados, doce años como experto en analítica de datos e IA. Director de Proyecto, analista senior y docente. Dirección y apoyo en proyectos consultoría en mercadeo, datos y recursos humanos. Experiencia docente de diez años como catedrático en las áreas de BI, Analítica, Psicología organizacional y del Consumidor, Investigación de Mercados, Investigación Social, entre otras. Experto en análisis textual y de las redes sociales.

## Martha Lucía Gómez

Administradora financiera, con especialización y maestría en gerencia de proyectos de la Universidad del Tolima, y actualmente maestrante en administración de empresas en la Universidad Nacional de Colombia. Posee ocho años de experiencia en proyectos de investigación tanto cuantitativa como cualitativa en mercados, destacándose en el análisis de reputación corporativa, así como en el estudio de marcas y consumidores. Además, es gerente de proyectos y experta en metodologías ágiles (SCRUM), aplicando su conocimiento en inteligencia de negocios y mercadeo. Su formación y experiencia la posicionan como una profesional capacitada para implementar y optimizar pruebas psicométricas y escalas de medición, utilizando herramientas avanzadas de análisis y técnicas basadas en inteligencia artificial.

## ENCUÉSTRANOS EN:



El Programa de Extensión y Educación Continua se reserva el derecho a cancelar el curso o diplomado en caso de no alcanzar el número mínimo de inscritos. Consulta la política de devoluciones.



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA