



Branding, Dirección Comercial y Marketing

Marketing Digital Potenciado por Inteligencia Artificial

Dirección académica:
Eugenia Gowland

Duración
10 encuentros

Cursada
Lunes de 18.30 a 21.30h

Programa abierto

Modalidad
Híbrida (con opción 100% online)

El entorno digital ya no es solo una opción, es el motor principal de crecimiento para cualquier organización. Sin embargo, la velocidad de los cambios tecnológicos y la irrupción de la inteligencia artificial (IA) han creado una brecha entre quienes simplemente “están” en digital y quienes realmente “lideran” el mercado.

El programa ejecutivo de Marketing Digital Potenciado por Inteligencia Artificial está diseñado para preparar a líderes, profesionales

de marketing, emprendedores y ejecutivos que necesitan una visión estratégica, clara y práctica. No se trata de aprender a programar campañas, sino de aprender a decidir, gestionar y escalar negocios utilizando las herramientas más avanzadas del mercado actual. Aborda una mirada integral y multiplataforma, incluyendo Meta, Google, TikTok, plataformas de *streaming*, comercio electrónico y entornos conversacionales, sin sesgos hacia un único medio.

01

Fundamentos y estrategia del cliente digital

- El nuevo *customer journey*: no linealidad, señales y micromomentos.
- Estrategias *full-funnel* multiplataforma: Google, Meta, TikTok y ecosistemas propios.
- Modelos de redes de clientes: Catch, Scale, Connect & Convert.
- Multicanalidad vs. omnicanalidad: cuándo usar cada enfoque,
- Estrategia conversacional: conversational commerce, automatización y personalización.

02

Deployment de estrategia digital

Branding (Catch)

- Construcción y gestión de marca en ecosistemas fragmentados.
- *Video-first*: YouTube, Reels, TikTok y CTV como motores de alcance incremental.
- Métricas modernas de marca y modelos de atribución de largo plazo.

MGrowth (Scale)

- Principios de *growth marketing*: experimentación continua, hipótesis, testeo y aprendizaje.
- Activación de palancas de crecimiento: adquisición, activación, retención, revenue y referral (AARRR).
- Diseño de *loops* de crecimiento orgánico y pago.
- Uso de data y señales para detectar fricción y ampliar la base de usuarios.
- Estrategias de expansión: incrementalidad, optimización *full-funnel* y escalabilidad.

Performance - (Connect & Convert)

- Optimización basada en señales: conversiones, audiencias, datos propios y modelos algorítmicos.
- Plataformas clave: Google Performance Max, Meta Advantage+, TikTok Performance.
- Integración con e-commerce, catálogos y optimización del *feed*.
- KPI modernos de *performance* y medición *cross-platform*.

03

Señales y requisitos técnicos

Infraestructura técnica *cross-platform*

- Implementación y gestión de Google Tag Manager para unificar el seguimiento.
- Configuración avanzada de Meta Pixel y la API de conversiones.
- Integración de TikTok Pixel y eventos de servidor para una medición precisa.
- Estrategias de seguimiento *server-side* para mejorar la calidad de los datos y el rendimiento.

03

Clean Rooms y Privacy Enhancing Technologies (PET)

- Introducción a los *clean rooms* y su función en la colaboración de datos segura.
- Casos de uso para la planificación de audiencias, la medición y la atribución.
- Análisis de otras tecnologías que mejoran la privacidad, como la computación multipartita (MPC) y la privacidad diferencial.
- Integración del CRM con las plataformas de marketing y ventas.
- Conexión de los sistemas conversacionales y las herramientas de analítica para una visión 360° del cliente.

04

Mensaje y creatividad a escala

- Creatividad eficaz: principios, formatos y mejores prácticas.
- Diferencias entre contenidos pagos, orgánicos y de creador.
- IA aplicada a la creatividad: generación, pruebas rápidas y escalamiento.
- Laboratorios prácticos: anuncios, videos cortos, *prompts* para creatividad.
- Estrategias para Reels, Shorts y TikTok.
- Colaboraciones con creadores y plataformas de *streaming*.

05

Business messaging y plataformas conversacionales

- Arquitectura conversacional integrada.
- Diseño de flujos de marketing conversacional.
- Integración con CRM, IA generativa y automatización.
- Estrategias de *utilities* y *services*.

06

Presentación de trabajo final y cierre

- Presentación del trabajo final en base al contenido de los módulos.
- Cierre del programa.

Audiencia

Ejecutivos de marketing, líderes de áreas comerciales y de producto, emprendedores, consultores y profesionales de marketing que deseen elevar sus competencias digitales y liderar estrategias impulsadas por datos e inteligencia artificial.

Metodología

Clases teórico-prácticas que combinan exposiciones conceptuales, prácticas individuales orientadas a la aplicación inmediata, espacios de debate, presentación de casos de negocio con invitados de la industria y puesta en común grupal. Trabajo progresivo sobre un proyecto integrador.

Dirección académica



Eugenia Gowland

MBA, UTDT. Especialista en marketing digital y soluciones para *retail* y consumo masivo. Es Regional Client Solutions Manager en Meta, donde acompaña a las principales marcas en el diseño de estrategias publicitarias con foco en resultados de negocio.



Santiago Zuccherino

Lic. en Administración, UBA. Magíster en Marketing, UdeSA. Especialista en Marketing Digital, Branding y Creatividad en plataformas digitales. Socio/director de Quadro Comunicación. Consultor y autor del libro *Social Media Marketing*.