



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN MARKETING PREDICTIVO CON IA: PERSONALIZACIÓN AVANZADA, CONVERSIÓN Y RESULTADOS



FORMACIÓN PERMANENTE



WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Especialízate con el **Curso de Marketing Predictivo con IA: Personalización Avanzada, Conversión y Resultados** de Instituto Serca, una formación diseñada para profesionales que desean dominar las estrategias de marketing más innovadoras del panorama digital actual. En un entorno donde los datos y la inteligencia artificial transforman la forma de conectar con el consumidor, esta formación te proporcionará una visión integral y aplicada para anticiparte al comportamiento del cliente y maximizar resultados.

A lo largo del programa abordarás desde los fundamentos del marketing predictivo y las tecnologías de machine learning hasta la segmentación inteligente de audiencias, la personalización avanzada de experiencias y la optimización del embudo de conversión. También profundizarás en la predicción del Customer Lifetime Value, la automatización omnicanal, la medición de resultados mediante modelos de atribución avanzada y el marco ético y regulatorio vigente.

Gracias a nuestra metodología online, podrás formarte a tu ritmo mientras adquieres competencias altamente demandadas en el mercado laboral, preparándote para liderar proyectos de marketing predictivo con IA en cualquier sector empresarial.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos del marketing predictivo, diferenciándolo del marketing analítico y automatizado.
- ✓ Identificar algoritmos de inteligencia artificial, clasificando sus aplicaciones clave en marketing predictivo.
- ✓ Dominar la gestión de datos, aplicando técnicas de calidad, integración e ingeniería de características.
- ✓ Diseñar segmentaciones predictivas y experiencias personalizadas, utilizando modelos de inteligencia artificial.
- ✓ Optimizar la conversión y las campañas omnicanal, implementando automatización inteligente y modelos predictivos.
- ✓ Analizar el Customer Lifetime Value y el churn, desarrollando estrategias predictivas de retención.
- ✓ Evaluar resultados y aspectos ético-regulatorios, aplicando modelos de atribución y normativas de privacidad.
- ✓ Conocer herramientas y tendencias emergentes, identificando soluciones tecnológicas para marketing predictivo con IA.



1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING PREDICTIVO Y SU EVOLUCIÓN EN EL ECOSISTEMA DIGITAL

- 1.1. Definición y alcance del marketing predictivo en el contexto empresarial actual
- 1.2. Evolución histórica: del marketing tradicional al marketing basado en datos e inteligencia artificial
- 1.3. Diferencias conceptuales entre marketing analítico, marketing automatizado y marketing predictivo
- 1.4. El ciclo predictivo aplicado al marketing: datos, modelos, decisiones y retroalimentación
- 1.5. Ventajas competitivas y limitaciones del enfoque predictivo frente al marketing convencional
- 1.6. Principales casos de uso del marketing predictivo en diferentes sectores e industrias

2: INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL MARKETING: TECNOLOGÍAS, ALGORITMOS Y MODELOS CLAVE

- 2.1. Panorama general de la inteligencia artificial y su relevancia estratégica para el marketing
- 2.2. Machine learning supervisado aplicado a la predicción de comportamiento del consumidor
- 2.3. Machine learning no supervisado para el descubrimiento de patrones de consumo
- 2.4. Deep learning y redes neuronales en aplicaciones avanzadas de marketing predictivo
- 2.5. Procesamiento del lenguaje natural para el análisis de opiniones y la generación de contenido
- 2.6. Sistemas de recomendación: fundamentos, tipologías y aplicaciones en entornos de marketing
- 2.7. Criterios para la selección del modelo predictivo adecuado según el objetivo de marketing



3: RECOPIACIÓN, INTEGRACIÓN Y GESTIÓN DE DATOS PARA MODELOS PREDICTIVOS EN MARKETING

- 3.1. Tipología de datos relevantes para el marketing predictivo: first-party, second-party y third-party data
- 3.2. Fuentes de datos internas: CRM, plataformas de e-commerce, analítica web y aplicaciones móviles
- 3.3. Fuentes de datos externas: datos socioeconómicos, tendencias de mercado y proveedores de terceros
- 3.4. Infraestructura de datos para marketing predictivo: data warehouses, data lakes y Customer Data Platforms
- 3.5. Calidad de datos: procesos de limpieza, deduplicación, normalización y enriquecimiento
- 3.6. Ingeniería de características (feature engineering) orientada a modelos predictivos de marketing
- 3.7. Gobernanza del dato y trazabilidad del linaje de datos en entornos de marketing multicanal

4: SEGMENTACIÓN PREDICTIVA Y CONSTRUCCIÓN DE AUDIENCIAS INTELIGENTES

- 4.1. Evolución de la segmentación de mercado: de los criterios estáticos a los modelos dinámicos predictivos
- 4.2. Técnicas de segmentación de clientes basadas en algoritmos de machine learning
- 4.3. Segmentación comportamental predictiva: anticipación de acciones futuras del consumidor
- 4.4. Construcción de buyer personas dinámicos fundamentados en datos y modelos de inteligencia artificial
- 4.5. Creación y activación de audiencias lookalike mediante algoritmos predictivos de expansión
- 4.6. Microsegmentación en tiempo real para la personalización a escala en canales digitales
- 4.7. Evaluación y validación de la calidad y estabilidad de los segmentos predictivos generados



5: PERSONALIZACIÓN AVANZADA DE EXPERIENCIAS Y CONTENIDOS MEDIANTE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

- 5.1. Fundamentos de la personalización en marketing: niveles de madurez y marcos estratégicos de referencia
- 5.2. Personalización en tiempo real basada en modelos predictivos de comportamiento del usuario
- 5.3. Personalización del email marketing mediante IA: asunto, contenido, momento de envío y frecuencia
- 5.4. Personalización en aplicaciones móviles y gestión inteligente de notificaciones push
- 5.5. Personalización de la experiencia en e-commerce: recomendaciones de producto y pricing dinámico
- 5.6. Hiperpersonalización: convergencia de datos, contexto e inteligencia artificial generativa
- 5.7. Riesgos y límites de la personalización excesiva: efecto burbuja, fatiga del usuario y percepción intrusiva

6: MODELOS PREDICTIVOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LA CONVERSIÓN Y EL EMBUDO DE VENTAS

- 6.1. Modelización predictiva del embudo de conversión e identificación de puntos críticos de fricción
- 6.2. Lead scoring predictivo: priorización inteligente de oportunidades comerciales
- 6.3. Predicción de la probabilidad de conversión en cada etapa del customer journey
- 6.4. Optimización predictiva de landing pages y flujos de conversión digital
- 6.5. Predicción y reducción del abandono de carrito en entornos de comercio electrónico
- 6.6. Estrategias de next-best-action y next-best-offer basadas en modelos de propensión predictiva
- 6.7. Optimización predictiva de la inversión publicitaria para maximizar las tasas de conversión



7: AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE DE CAMPAÑAS Y ORQUESTACIÓN OMNISCANAL PREDICTIVA

- 7.1. Fundamentos de la automatización de marketing impulsada por modelos de inteligencia artificial
- 7.2. Diseño de workflows automatizados basados en triggers y señales predictivas
- 7.3. Orquestación omniscanal: coordinación predictiva de mensajes a través de múltiples canales simultáneos
- 7.4. Optimización automática del rendimiento de campañas mediante aprendizaje por refuerzo
- 7.5. Experimentación continua automatizada con inteligencia artificial en campañas activas
- 7.6. Integración de plataformas de marketing automation con el ecosistema de datos e inteligencia artificial

8: PREDICCIÓN DEL CUSTOMER LIFETIME VALUE Y ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN BASADAS EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL

- 8.1. Concepto, importancia estratégica y enfoques de cálculo del Customer Lifetime Value (CLV)
- 8.2. Modelos predictivos de CLV: enfoques probabilísticos y de machine learning
- 8.3. Segmentación estratégica de la cartera de clientes basada en el valor predictivo de su ciclo de vida
- 8.4. Predicción de churn: modelos de detección temprana del riesgo de abandono de clientes
- 8.5. Diseño de programas de fidelización inteligentes basados en predicciones de comportamiento futuro
- 8.6. Estrategias de reactivación predictiva de clientes inactivos o en declive de actividad
- 8.7. Maximización del CLV mediante modelos de cross-selling y upselling predictivo



9: MEDICIÓN DE RESULTADOS, ATRIBUCIÓN Y RETORNO DE LA INVERSIÓN EN MARKETING PREDICTIVO

- 9.1. Marcos de medición del rendimiento integral de estrategias de marketing predictivo con IA
- 9.2. Indicadores clave de rendimiento (KPIs) específicos para marketing predictivo
- 9.3. Modelos de atribución avanzada basados en algoritmos de machine learning
- 9.4. Diseño de experimentos y medición de incrementalidad causal en campañas predictivas
- 9.5. Construcción de cuadros de mando y visualización de resultados de marketing predictivo
- 9.6. Cálculo y comunicación efectiva del ROI de las iniciativas de marketing predictivo con IA
- 9.7. Mejora continua: ciclos de retroalimentación entre resultados obtenidos y optimización de modelos

10: ÉTICA, PRIVACIDAD Y REGULACIÓN EN EL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA MARKETING

- 10.1. Marco ético para el uso responsable de la inteligencia artificial en estrategias de marketing
- 10.2. Regulación de protección de datos personales y su impacto directo en el marketing predictivo
- 10.3. Consentimiento informado, transparencia algorítmica y derecho a la explicación en decisiones automatizadas
- 10.4. Sesgo algorítmico en modelos de marketing predictivo: detección, mitigación y supervisión continua
- 10.5. Marketing predictivo en un ecosistema sin cookies de terceros: estrategias alternativas y soluciones emergentes
- 10.6. Construcción de confianza del consumidor mediante prácticas de marketing ético e inteligencia artificial responsable



11: HERRAMIENTAS, PLATAFORMAS Y ECOSISTEMA TECNOLÓGICO PARA MARKETING PREDICTIVO CON IA

- 11.1. Panorama tecnológico del marketing predictivo: categorías de soluciones y criterios de selección
- 11.2. Customer Data Platforms con capacidades predictivas integradas para la activación de audiencias
- 11.3. Herramientas de machine learning y AutoML accesibles para profesionales y equipos de marketing
- 11.4. Soluciones de marketing automation con funcionalidades de inteligencia artificial integrada
- 11.5. Herramientas de analítica predictiva y business intelligence orientadas a marketing
- 11.6. Arquitectura tecnológica de referencia para un ecosistema completo de marketing predictivo
- 11.7. Evaluación, selección e implementación de soluciones tecnológicas según el nivel de madurez organizacional

12: CASOS PRÁCTICOS, IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA Y TENDENCIAS FUTURAS DEL MARKETING PREDICTIVO CON IA

- 12.1. Metodología para el diseño e implementación de un proyecto de marketing predictivo en la organización
- 12.2. Competencias profesionales y configuración del equipo multidisciplinar en marketing predictivo con IA
- 12.3. Casos prácticos de marketing predictivo aplicado al sector retail y comercio electrónico
- 12.4. Casos prácticos de marketing predictivo aplicado a banca, seguros y servicios financieros
- 12.5. Casos prácticos de marketing predictivo aplicado a telecomunicaciones, turismo y medios digitales
- 12.6. Tendencias emergentes y futuro del marketing predictivo con inteligencia artificial



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información



Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.



¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

