Universidad Europea Miguel de Cervantes

Fundación Germán Sánchez Ruipérez

Considerando que, conforme a la legislación y normativa universitaria vigentes,

# BEGOÑA MINGUITO PALOMARES

con nº de identificación 47019194H, conforme a lo dispuesto en la legislación vigente, a las Normas de Organización y Funcionamiento de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, en colaboración con **FUNDACIÓN GERMÁN SÁNCHEZ RUIPÉREZ**, con una asignación de 6 ECTS (150.0 horas), ha superado con aprovechamiento y se expide el presente certificado de

## CURSO DE FORMACIÓN PERMANENTE EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL MARKETING

por haber acreditado convenientemente los requisitos exigidos por el Reglamento de Enseñanzas Propias de la UEMC y por el resto de normativa vigente aplicable.

Dado en Valladolid, a 03 de febrero de 2026

La persona interesada,

BEGOÑA MINGUITO PALOMARES

El Secretario General P.O. Rector Magnífico,

Documento firmado digitalmente por:
Juan Casado Canales (04/02/2026 14:04 CET)
https://viafirma.uemc.es/validatp/r/M14I-RIL5-ZQA8-RJ2F

JUAN CASADO CANALES



*Las Enseñanzas Propias impartidas por la UEMC no habilitan para el ejercicio profesional, salvo en los supuestos expresamente previstos por la normativa correspondiente. Son exclusivamente formación permanente.*

UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES DEPARTAMENTO DE ENSEÑANZAS PROPIAS Y FORMACIÓN PERMANENTE

Queda registrado este certificado al folio 1115 número 11149 FC del libro 2025-2026.

Valladolid a 03 de febrero de 2026

## CONTENIDO DEL PROGRAMA

**CARGA LECTIVA: 6 ECTS 150.0 horas**

Cursado desde 16 de junio de 2025 hasta 30 de septiembre de 2025

-BLOQUE 1. INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL
-MÓDULO 1. DEFINICIÓN DE IA: MACHINE LEARNING, DEEP LEARNING Y MODELOS GENERATIVOS Y DE RAZONAMIENTO
-MÓDULO 2. IMPACTO DE LA IA EN EL MARKETING: PERSONALIZACIÓN, AUTOMATIZACIÓN Y PREDICCIÓN
-MÓDULO 3. HERRAMIENTAS Y PLATAFORMAS CLAVE EN EL MERCADO DEL MARKETING
-MÓDULO 4. ANÁLISIS PREDICTIVO PARA LA VENTA DE LIBROS
-BLOQUE 2. IA PARA LA RECOMENDACIÓN Y LA SEGMENTACIÓN EN MARKETING
-MÓDULO 1. CÓMO ACCEDER A HERRAMIENTAS DE IA Y EMPEZAR A CREAR PROMPTS EFECTIVOS
-MÓDULO 2. CÓMO REALIZAR UN ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EN MARKETING Y COMUNICACIÓN CON IA. CÓMO DEFINIR EL BUYER PERSONA Y EL CUSTOMER JOURNEY CON IA
-MÓDULO 3. CÓMO CREAR CONTENIDOS EN FORMATO TEXTO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL
-MÓDULO 4. CÓMO CREAR UN PLAN DE CONTENIDOS Y ESTRATEGIAS SEO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL
-MÓDULO 5. CÓMO CREAR CONTENIDOS EN FORMATO IMAGEN, AUDIO Y VÍDEO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL
-BLOQUE 3. AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING CON IA
-MÓDULO 1. BENEFICIOS DE LA IA EN EL MARKETING
-MÓDULO 2. APLICACIONES DE LA IA EN EL MARKETING
-MÓDULO 3. CHATBOTS Y ASISTENTES VIRTUALES. CASOS Y EJEMPLOS
-MÓDULO 4. CÓMO CREAR APPS CON IA Y SIN PROGRAMACIÓN
-MÓDULO 5. CÓMO CREAR UN PLAN DE CONTENIDOS Y ESTRATEGIAS SEO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL
-MÓDULO 6. CASOS
-BLOQUE 4. USO DE LA IA PARA MEDICIÓN Y EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO
-MÓDULO 1. CÓMO SE MIDE UN MODELO DE IA GENERATIVA: MÉTRICAS, BENCHMARKS Y HERRAMIENTAS
-MÓDULO 2. KPIS Y MÉTRICAS EN MARKETING DIGITAL
-MÓDULO 3. UN PLAN DE MARKETING DIGITAL CON IA
-MÓDULO 4. CASOS DE ÉXITO Y APLICACIÓN PRÁCTICA
-CURSO IMPARTIDO EN LA PLATAFORMA: https://www.escuelaparaellibro.es/