



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN
PROFESIONAL ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL

CÓDIGO:2258

VERSIÓN: 1

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA

PROGRAMA: Maestría Tecnológica en Experiencia del Consumidor y Marketing Digital

ASIGNATURA: Tecnologías Emergentes en Marketing

UNIDADES: Unidad 1: Inteligencia Artificial y Machine Learning en Estrategias de Marketing. Unidad 2: Chatbots y Asistentes Virtuales para la Automatización de la Experiencia del Consumidor. Unidad 3: Blockchain y Automatización Técnica de Procesos en Campañas Digitales.

TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Diseño de una solución de atención al consumidor mediante inteligencia artificial y automatización digital.

OBJETIVO: Diseñar una solución de atención al consumidor para una empresa simulada, mediante la utilización de herramientas de inteligencia artificial, la creación básica de un asistente virtual y la representación de un flujo de automatización digital, con el propósito de mejorar la interacción con los usuarios y optimizar los procesos de atención.

TIEMPO DE DURACIÓN: 96 horas de Aprendizaje Práctico Experimental (APE).

MOMENTO DE EJECUCIÓN: La actividad se desarrollará progresivamente durante las tres unidades de la asignatura, mediante fases articuladas que culminarán con la presentación de una solución digital básica y un informe técnico integrador.

1. FUNDAMENTOS:

La presente guía práctica se fundamenta en el Programa de Estudio de la Asignatura Tecnologías Emergentes en Marketing y articula los contenidos de sus tres unidades mediante una única actividad práctico-experimental integradora.

Las tecnologías emergentes están transformando los procesos de marketing digital mediante herramientas que permiten automatizar actividades, personalizar interacciones y mejorar la experiencia del consumidor. Entre estas tecnologías se encuentran la inteligencia artificial, machine learning, los asistentes virtuales, blockchain y las plataformas de automatización digital.

La inteligencia artificial permite apoyar la generación, organización y personalización de información comercial. Por su parte, los chatbots y asistentes virtuales facilitan la atención de consultas frecuentes y la orientación de consumidores mediante interacciones automatizadas.

La actividad permitirá al maestrante aplicar estos conocimientos en un caso empresarial simulado. Para ello, seleccionará una herramienta de inteligencia artificial, elaborará respuestas para consultas frecuentes, diseñará un flujo conversacional y configurará o simulará un asistente virtual básico.

Posteriormente, representará un flujo de automatización para el registro o seguimiento de consultas, valorando la funcionalidad y las condiciones de seguridad de la solución propuesta. De esta manera, relacionará los fundamentos tecnológicos con una aplicación concreta de marketing digital.

La actividad se desarrollará durante las tres unidades y culminará con una solución digital básica y un informe técnico integrador. Sus fases no constituyen actividades ni entregas independientes.

2. OBJETIVO A ALCANZAR:

Objetivos cognitivos:

- Analizar los fundamentos y aplicaciones de la inteligencia artificial y machine learning en marketing digital.
- Comprender el funcionamiento de los chatbots y asistentes virtuales para mejorar la experiencia del consumidor.
- Examinar las herramientas de automatización digital y los criterios de seguridad y transparencia aplicables a las tecnologías emergentes.

Objetivos procedimentales:

- Identificar una necesidad de atención al consumidor en una empresa simulada.
- Utilizar una herramienta de inteligencia artificial para elaborar respuestas a consultas frecuentes.
- Diseñar un flujo conversacional y configurar o simular un asistente virtual básico.
- Representar un flujo de automatización digital y comprobar la funcionalidad de la solución propuesta.

Objetivos actitudinales:

- Actuar con ética, responsabilidad digital e integridad académica durante el uso de tecnologías emergentes.
- Demostrar creatividad, pensamiento crítico y autonomía en el diseño de soluciones tecnológicas.
- Promover la transparencia, la protección de datos y el respeto al consumidor en los procesos automatizados.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Capacidades técnicas:

Seleccionar herramientas de inteligencia artificial, elaborar respuestas automatizadas, diseñar flujos conversacionales, configurar o simular asistentes virtuales y representar procesos básicos de automatización digital aplicados a la atención del consumidor.

Capacidades operativas:

Organizar información sobre productos o servicios, identificar consultas frecuentes, estructurar secuencias de interacción, configurar opciones de respuesta, realizar pruebas funcionales y documentar evidencias del diseño de la solución.

Capacidades analíticas y de toma de decisiones:

Identificar necesidades comerciales, comparar herramientas tecnológicas, valorar la coherencia de las respuestas y formular recomendaciones de mejora considerando criterios de funcionalidad, accesibilidad, privacidad y pertinencia.

Capacidades comunicativas y actitudinales:

Diseñar mensajes claros y respetuosos para los consumidores, argumentar decisiones tecnológicas, comunicar resultados y actuar con ética, responsabilidad digital, creatividad y pensamiento crítico.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Evidencia principal:

Solución básica de atención al consumidor mediante inteligencia artificial y automatización digital, acompañada de un informe técnico integrador.

La solución deberá desarrollarse para una empresa simulada e incluir:

- Caracterización de la empresa y de sus productos o servicios.
- Identificación de una necesidad de atención al consumidor.
- Selección de una herramienta de inteligencia artificial.
- Elaboración de respuestas para consultas frecuentes.
- Diseño de un flujo conversacional.
- Configuración básica o simulación funcional de un asistente virtual.
- Representación de un flujo de automatización para el seguimiento de consultas.
- Evidencias de pruebas funcionales y recomendaciones de mejora.

Criterios de evaluación:

- Pertinencia de la necesidad comercial identificada.
- Selección y utilización adecuada de la herramienta de inteligencia artificial.
- Claridad y coherencia de las respuestas propuestas.
- Organización y funcionalidad del flujo conversacional.
- Configuración básica o simulación funcional del asistente virtual.
- Coherencia del flujo de automatización.
- Aplicación de criterios de seguridad y responsabilidad digital.
- Calidad de las pruebas y recomendaciones.
- Claridad, organización y fundamentación del informe.

La actividad será valorada sobre 25 puntos, correspondientes al componente de aprendizaje práctico-experimental de la asignatura.

Durante su desarrollo se proporcionará retroalimentación formativa, sin asignar calificaciones independientes a los avances parciales.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL MAESTRANTE:

Antes de iniciar el desarrollo de la actividad, el maestrante deberá:

1. Revisar los contenidos y resultados de aprendizaje de las tres unidades.
2. Consultar la bibliografía básica y de apoyo establecida en el PEA.
3. Estudiar los fundamentos de inteligencia artificial y sus aplicaciones en marketing digital.
4. Revisar las características de los chatbots y asistentes virtuales.
5. Explorar herramientas digitales que permitan crear o simular asistentes virtuales.
6. Revisar las posibilidades de automatización de procesos mediante aplicaciones digitales.
7. Seleccionar una empresa simulada y definir sus productos o servicios.
8. Identificar posibles consultas frecuentes de los consumidores.
9. Revisar las instrucciones, fases de desarrollo, producto esperado y criterios de evaluación.
10. Consultar las normas APA, séptima edición, y las orientaciones relacionadas con el uso ético de inteligencia artificial y la protección de datos.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

La actividad se desarrollará progresivamente durante las tres unidades, con una duración total de **96 horas de aprendizaje práctico-experimental**, distribuidas de la siguiente manera:

Fase 1. Aplicación de inteligencia artificial en la atención al consumidor – Unidad 1 (32 horas)

- Seleccionar una empresa simulada dedicada a comercializar productos o servicios.
- Describir brevemente las características de la empresa y su público objetivo.
- Identificar una necesidad relacionada con la atención al consumidor.
- Elaborar una lista de preguntas frecuentes sobre productos, servicios, horarios, precios o procesos de compra.
- Seleccionar una herramienta de inteligencia artificial que permita elaborar respuestas.
- Utilizar la herramienta seleccionada para generar propuestas de respuesta a las consultas identificadas.
- Revisar y adaptar las respuestas considerando claridad, precisión, tono de comunicación y características de la empresa.
- Organizar las preguntas y respuestas en un documento digital.
- Identificar posibles riesgos relacionados con respuestas incorrectas, información no verificada o protección de datos.

Resultado de la fase: Documento de preguntas frecuentes y respuestas elaboradas y adaptadas mediante inteligencia artificial.

Fase 2. Diseño de un asistente virtual – Unidad 2 (32 horas)

- Revisar las características de herramientas para crear asistentes virtuales, como ManyChat, Tidio u otras alternativas accesibles.
- Seleccionar una herramienta que permita configurar o simular un chatbot sencillo.
- Definir el mensaje de bienvenida del asistente virtual.
- Organizar las consultas frecuentes por categorías.
- Diseñar un flujo conversacional que permita seleccionar opciones y obtener respuestas.
- Incorporar las respuestas preparadas durante la primera fase.
- Establecer una opción para finalizar la interacción o derivar la consulta a atención humana.
- Configurar las interacciones básicas en la herramienta seleccionada o desarrollar una simulación funcional.
- Realizar pruebas con distintas preguntas para comprobar el funcionamiento.
- Registrar evidencias mediante capturas de pantalla o enlaces autorizados.

Resultado de la fase: Flujo conversacional y asistente virtual básico o simulación funcional.

Fase 3. Automatización y evaluación de la solución – Unidad 3 (32 horas)

- Analizar las posibilidades de automatización de la atención al consumidor mediante herramientas digitales.
- Identificar una acción que podría automatizarse, como el registro de consultas o el envío de una notificación.
- Diseñar un flujo sencillo que represente la secuencia de automatización propuesta.
- Identificar las herramientas que podrían utilizarse, como Zapier, Make u otras alternativas.
- Explicar cómo se relacionaría el asistente virtual con el flujo de seguimiento.
- Comprobar el funcionamiento de las interacciones del asistente mediante pruebas.
- Valorar la solución considerando claridad, facilidad de uso, funcionalidad, privacidad y pertinencia.
- Identificar las principales dificultades y formular recomendaciones de mejora.
- Organizar las evidencias y elaborar el informe técnico integrador.

Resultado de la fase: Flujo de automatización propuesto, registro de pruebas e informe técnico integrador.

Producto final:

El maestrante presentará una solución básica de atención al consumidor mediante inteligencia artificial y automatización digital, acompañada de un informe técnico integrador.

El informe deberá contener:

1. Identificación y descripción de la empresa simulada.
2. Necesidad de atención al consumidor identificada.
3. Herramienta de inteligencia artificial seleccionada.
4. Preguntas frecuentes y respuestas elaboradas.
5. Diseño del flujo conversacional.
6. Configuración o simulación funcional del asistente virtual.
7. Flujo de automatización propuesto.
8. Evidencias de las pruebas funcionales.
9. Conclusiones y recomendaciones de mejora.
10. Referencias bibliográficas y anexos.

La extensión orientativa será de 8 a 10 páginas de contenido, sin incluir portada, referencias y anexos.

Se incorporarán capturas de pantalla, diagramas o enlaces que permitan verificar el diseño y el funcionamiento básico del asistente virtual.

La actividad no requiere contratar plataformas, integrar sistemas empresariales reales, publicar el asistente en canales comerciales ni implementar automatizaciones complejas.

Las pruebas se realizarán con información simulada y las conclusiones deberán fundamentarse en evidencias efectivamente obtenidas. No se atribuirán mejoras reales de satisfacción o productividad que no hayan sido medidas.

Las tres fases constituyen una sola actividad práctico-experimental y no representan actividades ni entregas independientes.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

La actividad se desarrollará aplicando principios de seguridad digital, confidencialidad, integridad académica y uso responsable de las tecnologías emergentes.

Se utilizarán datos simulados y se evitará incorporar información personal o comercial sensible en herramientas de inteligencia artificial y plataformas externas. El acceso a las aplicaciones deberá realizarse mediante cuentas autorizadas y credenciales protegidas.

Las respuestas generadas mediante inteligencia artificial deberán revisarse antes de incorporarlas al asistente virtual, evitando información incorrecta, engañosa o perjudicial para el consumidor.

Asimismo, se respetarán los derechos de autor, las licencias de uso y las normas de citación académica. No se realizarán comunicaciones comerciales ni tratamientos de datos de consumidores reales sin las autorizaciones correspondientes.

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

La actividad promoverá los siguientes valores:

- **Ética profesional:** utilización responsable de herramientas digitales y sistemas automatizados.
- **Integridad académica:** presentación auténtica de información y reconocimiento adecuado de fuentes.
- **Responsabilidad digital:** protección de datos y utilización segura de plataformas tecnológicas.
- **Transparencia:** comunicación clara sobre las funciones y limitaciones de los asistentes virtuales.
- **Innovación responsable:** búsqueda de soluciones tecnológicas orientadas a mejorar la experiencia del consumidor.

Asimismo, se fortalecerán las siguientes habilidades blandas:

- Pensamiento crítico y analítico.
- Creatividad e innovación.
- Resolución de problemas.
- Comunicación efectiva.
- Organización y planificación.
- Autonomía y toma de decisiones fundamentadas.

9. CONCLUSIONES:

Al finalizar la actividad práctico-experimental, el maestrante habrá desarrollado capacidades para seleccionar herramientas de inteligencia artificial, diseñar respuestas automatizadas, estructurar flujos conversacionales y configurar o simular asistentes virtuales aplicables a la atención del consumidor.

Asimismo, podrá representar procesos básicos de automatización, comprobar el funcionamiento de soluciones digitales y formular recomendaciones orientadas a mejorar la interacción con los usuarios, considerando criterios éticos, de seguridad y pertinencia tecnológica.

10. RECOMENDACIONES:

- Seleccionar una empresa simulada con productos o servicios claramente definidos.
- Identificar una necesidad concreta de atención al consumidor.
- Utilizar herramientas de inteligencia artificial accesibles y pertinentes.
- Revisar la precisión de las respuestas generadas antes de incorporarlas al asistente.
- Diseñar flujos conversacionales claros y fáciles de utilizar.
- Realizar pruebas funcionales y registrar las evidencias.
- Considerar la privacidad, seguridad y accesibilidad de las herramientas.
- Formular conclusiones y recomendaciones fundamentadas en los resultados obtenidos.