

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

TALLER DE MARKETING CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Convierte ideas en campañas,
contenido y decisiones con IA.

MALLA CURRICULAR

Explora la ruta. Descubre lo que vas a construir.



**AI
ACADEMY**
BY campuslands gt

GO FOR IT!



Malla curricular

Taller de Marketing con Inteligencia Artificial

Documento para presentación institucional

Elemento	Descripción
Duración total	16 horas, 4 sábados de 8am – 12pm.
Modalidad	100% presencial
Nivel	Introductorio y práctico
Público objetivo	Emprendedores, estudiantes, creadores de contenido, equipos comerciales y personas interesadas en aplicar IA al marketing diario.
Producto final	Sistema práctico de marketing con IA para una marca, incluyendo diagnóstico, cliente ideal, propuesta de valor, calendario, textos publicitarios, guiones, anuncios, mensajes y métricas.

1. Descripción del taller

Este taller práctico introduce al participante en el uso estratégico de herramientas de inteligencia artificial como ChatGPT, Claude o Codex para resolver tareas reales de marketing. El taller está diseñado para que cada participante aprenda a estudiar marcas, entender clientes, crear contenido, diseñar campañas, generar mensajes de venta y construir un sistema semanal de trabajo con IA.

La propuesta combina explicación conceptual, demostración guiada, ejercicios aplicados y construcción progresiva de entregables. Al finalizar, el participante contará con una base operativa que puede adaptar a negocios propios, marcas locales, emprendimientos, proyectos académicos o áreas comerciales.

2. Objetivo general

Que cada participante aprenda a utilizar IA como asistente diario de marketing para investigar marcas, entender clientes, crear contenido para redes sociales, diseñar campañas, generar ideas, redactar textos publicitarios, escribir guiones, planificar calendarios y producir reportes de mejora.

3. Competencias a desarrollar

- Diseñar prompts claros, contextualizados y orientados a resultados de marketing.
- Analizar marcas, públicos, competidores y oportunidades de diferenciación con apoyo de IA.
- Construir buyer personas y transformar dolores, objeciones y deseos en ideas de contenido.
- Crear bancos de contenido, ganchos, textos publicitarios, guiones y calendarios editoriales para redes sociales.
- Diseñar propuestas de valor, embudos simples, anuncios y campañas de corto plazo.
- Aplicar IA para responder a los clientes, dar seguimiento comercial y mejorar mensajes de venta.
- Interpretar métricas básicas de contenido y convertir resultados en acciones de mejora.
- Organizar una biblioteca de prompts y un sistema semanal de marketing asistido por IA.

4. Metodología de enseñanza

Estrategia	Aplicación en el taller
Aprendizaje práctico	Cada clase incluye ejercicios aplicados con prompts listos para usar y adaptar.
Demostración guiada	El facilitador muestra cómo pasar de una solicitud genérica a una respuesta útil y accionable.
Trabajo por entregables	Cada sesión del taller concluye con productos concretos que alimentan el proyecto final.
Retroalimentación	Se revisan resultados, se corrigen prompts y se ajustan respuestas para mejorar la calidad.
Aplicación a casos reales	Los participantes pueden trabajar con su negocio, una marca local, una marca conocida o un caso ficticio.

5. Evaluación sugerida

Criterio	Ponderación	Evidencia
Participación y práctica en el taller	20%	Uso activo de IA, iteración de prompts y discusión de resultados.
Entregables del taller	40%	Diagnóstico, buyer personas, banco de contenidos, campaña, mensajes y reportes.
Proyecto final	30%	Sistema completo de marketing con IA para una marca.
Presentación y claridad profesional	10%	Orden, coherencia, aplicabilidad y calidad de las recomendaciones.

6. Recursos requeridos

- Una cuenta activa en una herramienta de IA conversacional como ChatGPT, Claude o Codex.
- Computadora o tableta con acceso a wifi, si trae su portátil.
- Acceso a información básica de una marca o negocio de trabajo.
- Una hoja de cálculo o un documento para organizar entregables.
- Opcional: acceso a redes sociales de referencia para analizar contenido y competencia.

7. Resumen de malla curricular

Taller	Duración	Eje temático	Entregables principales
1	4 horas	Fundamentos prácticos, prompts, análisis de marca, cliente ideal y competencia	Prompt maestro, diagnóstico, buyer personas, 15 ideas y matriz de competencia
2	4 horas	Contenido para redes sociales	Banco de 40 ideas, 30 ganchos, 5 textos publicitarios, 5 guiones y calendario de 30 días
3	4 horas	Campañas, anuncios, ofertas y ventas	Propuesta de valor, embudo, 10 anuncios, mensajes y campaña de 7 días
4	4 horas	Sistema diario de marketing con IA	Biblioteca de prompts, reporte de mejora y proyecto final

8. Desarrollo detallado del taller

Taller 1: Fundamentos prácticos y análisis de marca

Duración	Objetivo específico
4 horas	Que el participante aprenda a usar IA correctamente y pueda analizar una marca, su cliente ideal, su competencia y su propuesta de valor.

Bloque 1: Qué puede hacer la IA en marketing

Duración: 30 min

Contenidos clave:

- IA como asistente, no como reemplazo.
- Diferencia entre pedir ideas y solicitar una estrategia.
- Tareas que la IA acelera: investigación, ideas de contenido, redacción publicitaria, calendarios, guiones, correos electrónicos, anuncios y reportes.
- Errores comunes: prompts vagos, respuestas genéricas, falta de contexto, uso de datos sin revisar y copia de contenido sin adaptación.

Ejercicio aplicado: Prompt deficiente frente a un prompt eficaz. Cada participante compara resultados usando un negocio propio o ficticio.

Prompt de trabajo:

Prompt deficiente: Dame ideas para Instagram.

Prompt eficaz: Actúa como estrategia de marketing digital. Tengo una marca de [tipo de negocio] que vende [producto/servicio] a [tipo de cliente]. El objetivo es generar contenido para Instagram que eduque, entretenga y venda sin sonar agresivo. Dame 20 ideas divididas en: contenido educativo, contenido de autoridad, contenido de confianza, contenido de venta y contenido entretenido. Usa una tabla con idea, formato recomendado, objetivo y gancho inicial.

Resultado esperado: Comparación entre un prompt genérico y un prompt estructurado.

Bloque 2: Estructura de prompts útiles

Duración: 45 min

Contenidos clave:

- Fórmula base: rol, contexto, tarea, formato, restricciones y criterio de calidad.
- Elementos clave: objetivo, audiencia, canal, tono, formato, iteración y validación.
- Cómo convertir una solicitud vaga en una instrucción ejecutable.

Ejercicio aplicado: Crear un prompt maestro de marketing para usar durante todo el taller.

Prompt de trabajo:

Actúa como mi estrategia de marketing. Mi negocio es [descripción]. Vendo [producto/servicio]. Mi cliente ideal es [cliente]. Mi objetivo principal es [ventas, seguidores, clientes potenciales, posicionamiento]. Mi tono debe ser [profesional, cercano, divertido, exclusivo, educativo]. Cuando te pida contenido, quiero que me respondas con ideas accionables, ejemplos concretos y formato listo para publicar.

Resultado esperado: Prompt maestro personalizado.

Bloque 3: Análisis de marca

Duración: 1 hora

Contenidos clave:

- Qué es una marca y qué comunica.
- Diferencia entre producto y percepción.
- Elementos de análisis: qué vende, a quién se dirige, qué problema resuelve, tono, diferenciación, objeciones y contenido recomendado.

Ejercicio aplicado: Diagnóstico de marca usando una marca propia, local o conocida.

Prompt de trabajo:

Analiza esta marca como consultor de marketing.
 Marca: [nombre]
 Producto o servicio: [descripción]
 Cliente ideal: [descripción]
 Red social principal: [Instagram/TikTok/Facebook/LinkedIn]

Dame un diagnóstico con:

1. Qué problema resuelve.
2. Qué promesa principal debería comunicar.
3. Qué tipo de cliente atrae.
4. Qué tono de comunicación debería usar.
5. Qué contenido debería publicar.
6. Qué errores podría estar cometiendo.
7. Qué oportunidades tiene para diferenciarse.

Resultado esperado: Diagnóstico de marca en una página.

Bloque 4: Cliente ideal y buyer persona

Duración: 45 min

Contenidos clave:

- Qué es un cliente ideal y en qué se diferencia del público general.
- Dolor, deseo, objeción y motivación.
- Uso de IA para entender al cliente y transformar dolores en contenido.

Ejercicio aplicado: Crear 3 buyer personas y convertir sus dolores en ideas de contenido.

Prompt de trabajo:

Crea 3 buyer personas para una marca que vende [producto/servicio]. Para cada persona incluye: nombre ficticio, edad aproximada, ocupación, problemas principales, deseos, objeciones antes de comprar, contenido que consume, tipo de mensaje que le convence y oferta que podría interesarle.

Después: Convierte los dolores y objeciones de estos buyer personas en 15 ideas de contenido para redes sociales. Divide las ideas en educativo, emocional, venta, confianza y entretenimiento.

Resultado esperado: 3 buyer personas y 15 ideas de contenido.

Bloque 5: Análisis de competencia

Duración: 45 min

Contenidos clave:

- Qué observar en competidores: contenido, ganchos, ofertas, comentarios del público y diferenciación.
- Cómo estudiar marcas sin copiar.
- Identificación de oportunidades de posicionamiento.

Ejercicio aplicado: Construir una matriz comparativa de competencia.

Prompt de trabajo:

Ayúdame a analizar competidores para una marca de [industria]. Evalúa estos competidores: [competidor 1], [competidor 2], [competidor 3].

Crea una tabla con: qué venden, audiencia a la que parecen dirigirse, tipo de contenido que publican, tono que usan, fortalezas, debilidades y oportunidades que puedo aprovechar sin copiarlos.

Resultado esperado: Matriz básica de competencia.

Bloque 6: Cierre del taller

Duración: 15 min

Contenidos clave:

- Revisión de entregables.
- Retroalimentación rápida.
- Preparación del insumo para el siguiente taller.

Ejercicio aplicado: Consolidación del trabajo de la sesión.

Resultado esperado: Prompt maestro, diagnóstico de marca, buyer personas, ideas de contenido y matriz de competencia.

Taller 2: Creación de contenido para redes sociales

Duración	Objetivo específico
4 horas	Que el participante aprenda a generar contenido útil para Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn o YouTube Shorts.

Bloque 1: Tipos de contenido que sí sirven

Duración: 40 min

Contenidos clave:

- Contenido educativo, de autoridad, de confianza, de entretenimiento, de venta, de comunidad, de prueba social y de respuesta a objeciones.
- Cómo seleccionar tipos de contenido según etapa del cliente.
- Construcción de un banco de ideas reutilizable.

Ejercicio aplicado: Crear un banco de 40 ideas de contenido.

Prompt de trabajo:

Crea un banco de 40 ideas de contenido para una marca de [negocio]. Divide las ideas en: educativo, autoridad, confianza, entretenimiento, venta, objeciones, historias de cliente y contenido personal de marca. Para cada idea agrega formato recomendado, gancho inicial y objetivo del contenido.

Resultado esperado: Banco de 40 ideas.

Bloque 2: Ganchos para captar atención

Duración: 40 min

Contenidos clave:

- Qué es un gancho y por qué importan los primeros 3 segundos.
- Tipos de ganchos: dolor, curiosidad, error común, promesa, contraste, historia y pregunta directa.
- Diferencia entre captar la atención y exagerar.

Ejercicio aplicado: Crear 30 ganchos y convertir 5 en publicaciones.

Prompt de trabajo:

Dame 30 ganchos para contenido de redes sociales sobre [tema]. Clasifícalos en: dolor, curiosidad, error común, promesa, historia y pregunta directa. Que sean claros, humanos y no exagerados.

Resultado esperado: 30 ganchos clasificados.

Bloque 3: Redacción publicitaria con IA

Duración: 50 min

Contenidos clave:

- Diferencia entre texto bonito y texto que vende.
- Fórmulas: AIDA, PAS, antes/después y mito/verdad.
- Adaptación de tono para que el texto sea humano y publicable.

Ejercicio aplicado: Crear 5 textos publicitarios usando AIDA y reescribirlos en tono conversacional.

Prompt de trabajo:

Escribe 5 versiones de texto publicitario para Instagram usando la fórmula AIDA.

Producto: [producto]

Audiencia: [audiencia]

Dolor principal: [dolor]

Beneficio principal: [beneficio]

Tono: [tono]

Cada versión debe incluir: gancho, desarrollo, cierre y llamado a la acción.

Segundo prompt: Ahora reescribe esos textos publicitarios usando un tono más humano, menos vendedor y más conversacional.

Resultado esperado: 5 textos publicitarios listos para publicar.

Bloque 4: Guiones para videos cortos

Duración: 1 hora

Contenidos clave:

- Estructura de video corto: gancho, contexto, desarrollo, ejemplo, cierre y llamada a la acción (CTA).
- Cómo escribir para TikTok, Reels y Shorts.
- Cómo pedir versiones de 15, 30 y 60 segundos.

Ejercicio aplicado: Crear 5 guiones y presentar uno de forma grabada o simulada.

Prompt de trabajo:

Crea 5 guiones para videos cortos de 30 segundos para una marca de [negocio]. Tema: [tema].

Cada guion debe incluir: texto hablado, texto en pantalla, escena sugerida, gancho inicial y cierre con llamada a la acción.

Resultado esperado: 5 guiones para videos cortos.

Bloque 5: Calendario de contenido

Duración: 50 min

Contenidos clave:

- Qué es un calendario editorial.
- Balance de contenidos y frecuencia realista.
- Cómo reutilizar contenido para no quedarse sin ideas.

Ejercicio aplicado: Crear un calendario de 30 días.

Prompt de trabajo:

Crea un calendario de contenido de 30 días para [marca]. El objetivo es [objetivo]. La red principal es [red social].

Incluye: día, tema, tipo de contenido, formato, gancho, CTA y objetivo de la publicación.

Resultado esperado: Calendario completo de 30 días.

Taller 3: Campañas, anuncios, ofertas y ventas

Duración	Objetivo específico
4 horas	Que el participante aprenda a usar IA para crear campañas completas y mensajes que ayuden a vender.

Bloque 1: Oferta y propuesta de valor

Duración: 50 min

Contenidos clave:

- Qué es una oferta y qué es una propuesta de valor.
- Diferencia entre característica y beneficio.
- Cómo comunicar transformación y reducir objeciones.

Ejercicio aplicado: Mejorar la propuesta de valor de un producto o servicio.

Prompt de trabajo:

Ayúdame a mejorar la propuesta de valor de este producto: [producto].

Cliente ideal: [cliente]

Problema que resuelve: [problema]

Dame: propuesta de valor clara, beneficios principales, objeciones del cliente, respuestas a esas objeciones y 5 formas de comunicar la oferta en redes sociales.

Resultado esperado: Propuesta de valor y respuestas a objeciones.

Bloque 2: Embudo simple de marketing

Duración: 50 min

Contenidos clave:

- Etapas: atracción, interés, confianza, conversión y seguimiento.
- Ejemplo de embudo para un negocio pequeño.
- Relación entre contenido, mensajes y ventas.

Ejercicio aplicado: Diseñar un embudo simple para redes sociales.

Prompt de trabajo:

Diseña un embudo simple para vender [producto/servicio] usando redes sociales.

Incluye: contenido para atraer, contenido para educar, contenido para generar confianza, contenido para vender, mensajes de seguimiento y CTA recomendado en cada etapa.

Resultado esperado: Embudo simple de marketing.

Bloque 3: Anuncios con IA

Duración: 1 hora

Contenidos clave:

- Qué debe tener un anuncio.
- Cómo crear variantes y probar mensajes.
- Diferencia entre anuncio informativo, emocional y directo.
- Cómo evitar anuncios genéricos.

Ejercicio aplicado: Crear 10 anuncios con distintos ángulos.

Prompt de trabajo:

Crea 10 anuncios para [producto/servicio]. Divide en: 3 anuncios emocionales, 3 anuncios educativos, 2 anuncios directos de venta y 2 anuncios basados en objeciones.

Cada anuncio debe incluir: titular, texto principal, CTA, ángulo de venta y público recomendado.

Resultado esperado: 10 anuncios clasificados por intención.

Bloque 4: Mensajes para WhatsApp, mensajes directos (DM) y seguimiento

Duración: 45 min

Contenidos clave:

- Cómo responder a personas interesadas sin sonar como un robot.
- Cómo dar seguimiento, manejar objeciones y cerrar conversaciones.
- Tono humano, claro y no insistente.

Ejercicio aplicado: Crear una secuencia de mensajes para ventas conversacionales.

Prompt de trabajo:

Crea una secuencia de mensajes para vender [producto/servicio] por WhatsApp o DM.

Incluye:

1. Primer mensaje cuando alguien pide información.
2. Respuesta si pregunta precio.
3. Respuesta si dice "lo voy a pensar".
4. Mensaje de seguimiento después de 24 horas.
5. Mensaje de cierre amable.

Tono: humano, claro y no insistente.

Resultado esperado: Secuencia de mensajes para WhatsApp o DM.

Bloque 5: Campaña completa

Duración: 35 min

Contenidos clave:

- Integración de oferta, embudo, anuncios, contenido y mensajes.
- Métricas mínimas para evaluar una campaña.
- Ajustes de campaña según desempeño.

Ejercicio aplicado: Crear una campaña de 7 días.

Prompt de trabajo:

Con todo lo anterior, crea una campaña de 7 días para vender [producto/servicio].

Incluye: objetivo de la campaña, audiencia, oferta, 7 publicaciones, 3 anuncios, 5 historias, secuencia de mensajes y métricas a revisar.

Resultado esperado: Campaña de 7 días.

Taller 4: Sistema diario de marketing con IA

Duración	Objetivo específico
4 horas	Que el participante finalice el taller con un sistema repetible para usar IA cada semana.

Bloque 1: Reutilización de contenido

Duración: 45 min

Contenidos clave:

- Convertir una idea en varios formatos.
- De un video largo a clips, de un blog a un carrusel, de un testimonio a un anuncio y de preguntas frecuentes a piezas de contenido.
- Optimización del esfuerzo creativo mediante reutilización.

Ejercicio aplicado: Convertir una idea central en 7 piezas de contenido.

Prompt de trabajo:

Toma esta idea: [idea]. Conviértela en: 1 publicación educativa, 1 carrusel, 1 guion para un reel, 1 historia de Instagram, 1 correo electrónico, 1 anuncio y 1 mensaje de WhatsApp.

Resultado esperado: Sistema básico de reutilización de contenido.

Bloque 2: Reportes y mejora de contenido

Duración: 1 hora

Contenidos clave:

- Métricas por revisar: alcance, guardados, comentarios, clics, mensajes y conversiones.
- Cómo pedir análisis a IA.
- Cómo convertir resultados en mejoras de la siguiente semana.

Ejercicio aplicado: Analizar resultados y definir acciones de mejora.

Prompt de trabajo:

Analiza estos resultados de contenido:
[pegar datos]

Dime:

1. Qué publicaciones funcionaron mejor.
2. Qué patrones encuentras.
3. Qué temas debería repetir.
4. Qué formatos debería mejorar.
5. Qué acciones tomar la próxima semana.

Resultado esperado: Reporte breve de mejora semanal.

Bloque 3: Crear biblioteca de prompts

Duración: 45 min

Contenidos clave:

- Prompts para ideas, guiones, anuncios, análisis, mejora de textos y respuestas a clientes.
- Organización de prompts por flujo de trabajo.
- Criterios para mantener una biblioteca útil y actualizable.

Ejercicio aplicado: Crear una biblioteca personal de prompts.

Prompt de trabajo:

Cada participante organiza prompts para: generar ideas, crear calendario, crear guion, crear anuncio, crear campaña, analizar resultados y responder mensajes.

Resultado esperado: Biblioteca de prompts de marketing.

Bloque 4: Proyecto final

Duración: 1 hora 30 min

Contenidos clave:

- Integración de diagnóstico, cliente ideal, propuesta de valor, contenido, anuncios, mensajes y métricas.
- Preparación de una presentación breve del sistema de marketing.
- Retroalimentación final y ajustes.

Ejercicio aplicado: Crear un sistema completo de marketing para una marca.

Prompt de trabajo:

Actúa como director de marketing. Con esta información de mi marca:
[pegar diagnóstico, cliente ideal y producto]

Crea un plan de marketing práctico para 30 días con:

1. Estrategia general.
2. Calendario de contenido.
3. Guiones para video.
4. Textos publicitarios para publicaciones.
5. Anuncios.
6. Secuencia de mensajes.
7. Métricas a revisar.
8. Recomendaciones semanales.

Resultado esperado: Proyecto final: sistema de marketing con IA.

9. Proyecto final integrador

El proyecto final consiste en crear un sistema completo de marketing asistido por IA para una marca real o simulada. Este sistema debe demostrar que el participante puede pasar de la investigación inicial a la planificación y ejecución de contenido, campañas y seguimiento comercial.

Componente	Contenido mínimo esperado
Diagnóstico de marca	Problema que resuelve, promesa principal, tono, oportunidades y riesgos de comunicación.
Cliente ideal	Buyer persona, dolores, deseos, objeciones y motivaciones.
Propuesta de valor	Mensaje central, beneficios, transformación y respuesta a objeciones.
Contenido	30 ideas, calendario de 15 o 30 días, 5 guiones y 5 textos publicitarios.
Ventas	3 anuncios, secuencia de mensajes para WhatsApp o DM y CTA por etapa.
Medición	Métricas por revisar y recomendaciones semanales de mejora.

10. Perfil de egreso

Al finalizar el taller, el participante será capaz de usar IA de forma práctica, crítica y organizada para apoyar procesos cotidianos de marketing. Podrá formular mejores instrucciones, analizar una marca, entender a su audiencia, generar contenido publicable, diseñar campañas simples, crear mensajes de seguimiento y revisar métricas básicas para mejorar sus acciones.



**AI
ACADEMY**
BY campuslands gt

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

FIN DEL DOCUMENTO

Taller de marketing con inteligencia artificial



Esta malla curricular presenta la ruta de aprendizaje del taller.

Tu próxima misión comienza aquí.