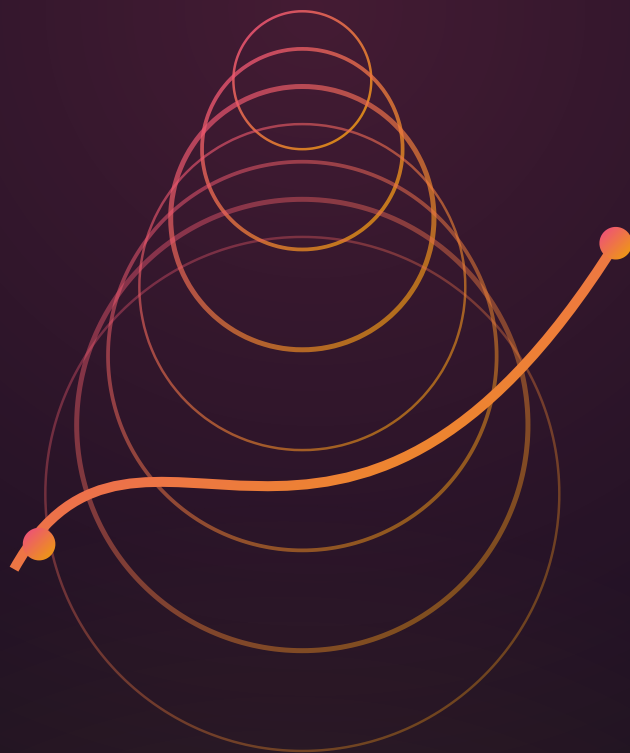


CERTIFICACIÓN INTENSIVA

Marketing Digital con Agentes de IA

De publicaciones aisladas a un sistema comercial conectado.



Te invitamos a actualizarte:

dominar la IA y los agentes ya es clave para competir, captar clientes y hacer mejor marketing. Quedamos atentos para gestionar tu reserva. Es un gusto atenderte.

4 días · 12 horas

DURACIÓN

**100% online ·
Microsoft Teams +
QLASE**

MODALIDAD

Valores por paísCONSULTA EN
MATRÍCULA

Nombre académico oficial: Certificación en Marketing Digital con Inteligencia Artificial y Agentes

Explora el programa.

Contenido académico y recursos, organizados para avanzar con claridad.

01 El programa	03	02 Resultados y perfiles	04
03 Competencias y requisitos	05	04 Ruta y recursos	08
05 Metodología y herramientas	34	06 Evaluación y credencial	40
07 Fechas y matrícula	42		

ACCESO DIRECTO A CADA DÍA

DÍA	01	DÍA	02	DÍA	03	DÍA	04
-----	----	-----	----	-----	----	-----	----

Cada día reúne su contenido, práctica, implementación, evidencia y recursos. Los enlaces del índice y el pie de página permiten recorrer el documento.

01 / EL PROGRAMA

De la estrategia al sistema comercial.

Certificación en Marketing Digital con Inteligencia Artificial y Agentes

4 días

de formación aplicada

12_h

8 h sincrónicas + 4 h asincrónicas

04

sesiones integradas

RESULTADO CENTRAL

Sistema Comercial Base con IA: estrategia, oferta, contenido, Smart Page, embudo, agente, monetización, métricas y plan de activación de 30 días.

**Enfoque del programa**

Certificación intensiva IBERO de 12 horas (8 sincrónicas + 4 asincrónicas) orientada a construir un Sistema Comercial Base con IA.

**Desarrollo del programa**

El estudiante pasa de research y oferta a un content engine, Smart Page/App Web, formulario, CRM, agenda, email/WhatsApp, agente vendedor, automatización, pricing, cobro, campañas y plan de activación.

**Criterio profesional**

La cohorte integra además una capa agentic 2026 con Goatify AI Sellers/AiAgent, Codex de OpenAI y Google Antigravity para comprender y prototipar loops, agentes y automatizaciones con supervisión humana.

**Criterio profesional**

El foco no es coleccionar herramientas: es conectar estrategia, activos y ejecución en un sistema comercial demostrable.

Resultados y perfiles.

Un proyecto real como punto de partida. Una evidencia de aprendizaje al finalizar.



TU PUNTO DE PARTIDA

Perfil de ingreso

Emprendedores, dueños de negocio, marcas personales, coaches, consultores, freelancers, agencias, creadores, equipos de marketing y ventas, administradores y profesionales que buscan estructurar una oferta, producir contenido con intención comercial, captar leads, automatizar seguimiento y comenzar a trabajar con agentes de IA y activos digitales sin requerir experiencia previa en programación.



EL RESULTADO QUE CONSTRUYES

Perfil de egreso

Sistema Comercial Base con IA: estrategia, oferta, contenido, Smart Page, embudo, agente, monetización, métricas y plan de activación de 30 días.



Aprendizaje aplicado

La metodología IBERO combina explicación ejecutiva, demostración, práctica guiada, implementación, evidencia y revisión. La tecnología se usa como sistema de trabajo, no como colección de aplicaciones aisladas.

02 / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias que desarrollarás.

01-06 de 09 competencias del programa.

01

Investigar el mercado

Diagnosticar mercado, competencia, demanda, lenguaje del comprador, objeciones y oportunidad comercial utilizando IA como sistema de análisis y no solo como generador de texto.

02

Definir una oferta

Definir cliente ideal, problema monetizable, transformación, posicionamiento, naming, tono, propuesta de valor, oferta, CTA y pricing inicial con criterios defendibles.

03

Crear con intención

Diseñar un content engine que conecte pilares, niveles de conciencia, hooks, copies, guiones, video, carruseles, lead magnet, autoridad y creatividades de anuncios.

04

Conectar el embudo

Construir la arquitectura de una Smart Page/App Web orientada a conversión y conectarla con formulario, CRM, agenda, email, WhatsApp y seguimiento.

05

Diseñar el agente

Diseñar y probar un agente vendedor con diagnóstico, calificación, manejo de objeciones, guardrails, handoff humano y CTA, evitando respuestas fuera de alcance.

06

Dirigir y verificar

Comprender el salto de prompt aislado a loop agentic y utilizar Codex y Google Antigravity como laboratorios complementarios para prototipar activos, flujos y agentes con verificación.

02 / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias que desarrollarás.

07-09 de 09 competencias del programa.

07

Probar la adquisición

Diseñar una campaña mínima viable en Meta Ads y comprender el rol complementario de TikTok Ads y Google Ads, definiendo hipótesis, público, creatividad, presupuesto de prueba y métrica principal.

08

Activar el crecimiento

Integrar pricing, cobro, automatización, métricas, referidos, retención y growth loops en un plan de activación de 30 días.

09

Demostrar el sistema

Presentar un Sistema Comercial Base con IA que evidencie coherencia entre estrategia, contenido, activo digital, embudo, agente, monetización y medición.

02 / CONDICIONES Y PREPARACIÓN

Antes de comenzar.

Requisitos del programa, organizados para preparar tu participación.

01

Laptop o PC con conexión estable, cámara y micrófono funcionales.

02

Una idea, servicio, negocio, producto, marca personal o proyecto real sobre el cual implementar el sistema.

03

Cuenta activa de QLASE LMS y acceso a Microsoft Teams.

04

Cuentas funcionales en Goatify IA y, de ser posible, ChatGPT, Gemini, Claude, Google AI Studio, Grok y NotebookLM.

05

Acceso o instalación de Codex de OpenAI y Google Antigravity para los laboratorios agentic; si una cuenta limita funciones, el estudiante podrá trabajar con la demostración guiada y documentar el blueprint.

06

Acceso a herramientas de creación y marketing indicadas en el aula: Canva, CapCut, Flow/Veo, HeyGen, Meta Business Suite/Ads Manager, ManyChat y servicios complementarios.

07

Disponibilidad para 8 horas sincrónicas y 4 horas asincrónicas de implementación guiada, una hora posterior a cada sesión.

08

Compromiso para entregar evidencias aplicadas dentro de QLASE y documentar decisiones, no solo resultados generados por IA.



Accesos y herramientas

Las herramientas se eligen según el proyecto, la disponibilidad y los permisos de la cuenta. El catálogo no equivale a suscripciones, créditos de API, infraestructura ni acceso universal incluidos.

03 / ALINEACIÓN CURRICULAR

Tu ruta de aprendizaje.

El resultado de cada sesión se conecta con una evidencia del mismo proyecto. Esta matriz no crea tareas adicionales.

01

DÍA 01

Investigación + Marca + Oferta

RESULTADO OBSERVABLE

Convertir evidencia mínima de mercado en una decisión de segmento, propuesta de valor, oferta, mensaje y precio de validación.

EVIDENCIA DEL PROYECTO

Brief estratégico comercial de una o dos páginas.

02

DÍA 02

Content Engine + Creatividad

RESULTADO OBSERVABLE

Transformar la oferta en un sistema de contenidos orientado a una acción medible y producir un paquete creativo pequeño de prueba.

EVIDENCIA DEL PROYECTO

3 ganchos + 1 texto + 1 pieza o guion + CTA + breve hipótesis de prueba.

03

DÍA 03

Smart Page + Embudo

RESULTADO OBSERVABLE

Diseñar una ruta de conversión simple y especificar un agente vendedor con criterios de calificación, límites y transferencia humana.

EVIDENCIA DEL PROYECTO

Mapa de embudo + especificación del agente vendedor + evidencia de tres escenarios.

04

DÍA 04

Monetización + Sistema Final

RESULTADO OBSERVABLE

Cerrar monetización, campaña mínima, medición y plan de 30 días integrándolos en un Sistema Comercial Base coherente.

EVIDENCIA DEL PROYECTO

Proyecto Final único: Sistema Comercial Base + bloque de activación del Día 4.

03 / RECURSOS ACADÉMICOS

El aula que acompaña tu proyecto.

31 recursos únicos del programa, organizados en sus días correspondientes.

04

Presentaciones

15

Guías y laboratorios

08

Lecturas

04

Plantillas



Tu aula en cifras

43 términos del glosario · 32 tarjetas de repaso.

6 actividades interactivas · 5 quizzes.

4 entregables evaluables · 25 herramientas del catálogo.



Una sola ruta por día

Lo que se estudia en clase, lo que se implementa después y los recursos de apoyo se encuentran juntos. Las continuaciones de una sesión conservan el mismo día: no existe una segunda malla de recursos separada.

Acceso a los recursos

Los materiales se consultan en QLASE; este dossier presenta su inventario y su uso dentro del programa. No incorpora el contenido privado de los PDF, las grabaciones, las guías docentes, las respuestas de los quizzes ni información de alumnos.

04 / PLAN INTEGRADO / DÍA 01

01 Investigación + Marca + Oferta

2 h en vivo · 1 h asincrónica · 7 recursos en esta sesión.

RESULTADO DE APRENDIZAJE



Convertir evidencia mínima de mercado en una decisión de segmento, propuesta de valor, oferta, mensaje y precio de validación.

ENFOQUE DEL DÍA

Investigación comercial, market intelligence, perfil del comprador, problema monetizable, naming, branding base, propuesta de valor, CTA, escalera de oferta, pricing inicial y mensaje de posicionamiento. Se introduce el pensamiento agentic mediante un loop Investigación → Critic → Synthesis para separar evidencia, inferencias y supuestos.

EJES DE LA SESIÓN

evidencia y oportunidad

cliente/problema

oferta/mensaje

precio/CTA

cierre.

TEMARIO Y PRÁCTICA EN DETALLE

Inteligencia de mercado, perfil del cliente ideal, creación del nombre de marca, identidad de marca base y arquitectura comercial

Diagnóstico de marca, mercado, competencia, cliente ideal, problema urgente, deseo, transformación prometida, diferenciador, creación del nombre de marca, tono, propuesta de valor, oferta de entrada, oferta principal, llamada a la acción, precio base y mensaje de posicionamiento.

Pasar de una idea dispersa a una propuesta comercial entendible, diferenciada y lista para convertirse en contenido y embudo. El estudiante define a quién ayuda, qué dolor resuelve, qué resultado promete, por qué deberían elegirlo y cómo se monetiza la primera versión de su oferta.

Investigación + Marca + Oferta

BLOQUE DE PRÁCTICA 1

investigación comercial con IA y mapa de oportunidad

Investigación guiada de mercado, nicho, competencia, objeciones, lenguaje real del comprador, dolores monetizables y vacíos de posicionamiento.

- Se revisan señales de demanda, precios, promesas, formatos de oferta y competidores directos.
- Se usa IA como analista para ordenar información, no como generador de frases genéricas.
- Se define un problema monetizable y una hipótesis de oportunidad con evidencia mínima.

Resultado de la práctica: Mapa de oportunidad comercial y cliente ideal priorizado.

BLOQUE DE PRÁCTICA 2

creación del nombre de marca, identidad de marca base, oferta y mensaje central

Construcción del perfil del cliente ideal, promesa, nombre comercial, tono de marca, diferenciador, presentación comercial corta, llamada a la acción, oferta inicial, paquete principal y precio de validación.

- Se convierte el investigación en una propuesta de valor entendible y defendible.
- Se trabaja creación del nombre de marca, tono y promesa sin caer en slogans vacíos.
- Se organiza la escalera de oferta: entrada, principal, bono, objeciones y argumento de valor.

Resultado de la práctica: informe estratégico comercial con oferta, mensaje y estrategia de precios inicial.

Investigación + Marca + Oferta

TEMARIO Y PRÁCTICA EN DETALLE

Aplicación al proyecto

Aplicación individual de investigación: convierte datos del cliente y mercado en decisiones de mensaje listas para revisión.

- Depurar el investigación, elegir segmento prioritario y guardar evidencia útil: competidores, precios, promesas y objeciones frecuentes.
- Completar perfil del cliente ideal con problema principal, deseo, objeciones, frase exacta del cliente y momento de compra.
- Redactar creación del nombre de marca, promesa, diferenciador, presentación comercial corta, llamada a la acción, tono de comunicación y tres claims principales.
- Armar la primera escalera de oferta: entrada, oferta principal, precio base, bono, argumento de valor y condición de validación.

informe estratégico comercial completo: investigación, perfil del cliente ideal, problema monetizable, propuesta de valor, creación del nombre de marca, tono de marca, promesa central, diferenciador, presentación comercial corta, llamada a la acción, escalera de monetización y precio inicial.

- Documento base con diagnóstico, público objetivo y oportunidad comercial priorizada.
- Mensaje de marca listo para usarse en perfil, página de conversión, WhatsApp o primera campaña.
- Hipótesis de oferta y precio para validar con clientes reales. La evidencia de investigación se registra en QLASE con fuentes, decisiones y conclusión aplicable.
- Documento base con diagnóstico, público objetivo y oportunidad comercial priorizada.
- Mensaje de marca listo para usarse en perfil, página de conversión, WhatsApp o primera campaña.
- Hipótesis de oferta y precio para validar con clientes reales.

La evidencia de investigación se registra en QLASE con fuentes, decisiones y conclusión aplicable.

La práctica alimenta el avance de esta sesión. La entrega evaluable y la dedicación asincrónica son las indicadas en este mismo día.



1 H ASINCRÓNICA

Implementación guiada

60 min: 15 min lectura + 30 min depurar el brief construido en clase + 15 min comprobar evidencia/hipótesis y preparar entrega. No se exige investigación extensa adicional.

Investigación + Marca + Oferta

Conexión con tu proyecto

El resultado evaluable se construye principalmente durante la clase en vivo. La hora asincrónica sirve para lectura aplicada, revisión, ajuste y documentación; no inicia una tarea distinta.



ENTREGA EVALUABLE DEL DÍA

Día 1 · Brief Estratégico Comercial + Offer Thesis

Brief estratégico comercial de una o dos páginas.



ENTREGA DEL DÍA

Requisitos de la evidencia en QLASE

Entrega un documento único con:

- evidencia mínima de mercado y 3–5 competidores/referentes
- segmento prioritario y buyer persona
- problema monetizable, deseo, objeciones y momento de compra
- propuesta de valor, naming, tono, diferenciador, pitch y CTA
- escalera de oferta con entrada, oferta principal, bono, precio y condición de validación
- tabla Evidencia / Inferencia / Hipótesis
- registro breve del loop Research → Critic → Synthesis usado con IA.

Investigación + Marca + Oferta

CRITERIOS DE CALIDAD

Qué se revisa en esta evidencia

Evidencia y segmentación

Usa evidencia suficiente, diferencia datos de supuestos y prioriza un segmento defendible.

Claridad estratégica

Define problema, deseo, objeciones, posicionamiento, promesa y CTA con coherencia.

Oferta y pricing

Construye una oferta y un precio inicial coherentes con el valor y la validación pendiente.

Trazabilidad y revisión crítica

Documenta el loop Research → Critic → Synthesis y corrige afirmaciones no sustentadas.

Recursos del día



Acceso en QLASE para estudiantes matriculados. Guías y lecturas desde el inicio de la sesión; presentación al finalizar.

PRESENTACIÓN DE CLASE · PDF



Día 1 · Presentación de clase.pdf

Disponible al terminar la clase

GUÍAS Y PRÁCTICA · GUÍA



Día 1 · Guía de clase en vivo — Investigación + Marca + Oferta

GUÍAS Y PRÁCTICA · PDF



Día 1 · Guía · Del cliente a una oferta clara.pdf

15 min de consulta orientativa

LECTURAS · PDF



Día 1 · Lectura · Marketing digital.pdf

15 min de consulta orientativa

Investigación + Marca + Oferta

LECTURAS · PDF

**Día 1 · Lectura · Inteligencia artificial.pdf**

20 min de consulta orientativa

LECTURAS · PDF

**Día 1 · Lectura · ChatGPT.pdf**

20 min de consulta orientativa

PLANTILLAS · DOC

**Plantilla Día 1 · Lienzo de Tesis de Oferta**

REPASO EN CLASE

Relaciona · Evidencia, inferencia e hipótesis

Clasifica señales del research.



COMPROBACIÓN

Evaluación Día 1 · Research, evidencia y oferta

El repaso se responde dentro del aula. No se publica aquí el banco de respuestas ni se solicita otro archivo por consultar materiales.

04 / PLAN INTEGRADO / DÍA 02

02 Content Engine + Creatividad

2 h en vivo · 1 h asincrónica · 7 recursos en esta sesión.

RESULTADO DE APRENDIZAJE



Transformar la oferta en un sistema de contenidos orientado a una acción medible y producir un paquete creativo pequeño de prueba.

ENFOQUE DEL DÍA

Content engine, storytelling, niveles de conciencia, pilares, hooks, copies, guiones, piezas visuales, reels, carruseles, video/avatar, lead magnet, prueba social y creatividad para anuncios. Se diseña un Content Agent Loop para investigar, redactar, criticar, adaptar y reutilizar contenido sin perder la voz de marca.

EJES DE LA SESIÓN

intención/conciencia

ángulos y copy

pieza/guion

revisión/CTA

adaptación y cierre.

TEMARIO Y PRÁCTICA EN DETALLE

narrativa de marca, contenido comercial, piezas visuales, video corto, avatares y Meta/Facebook Ads creativos

Pilares editoriales, ganchos de atención, guiones, textos publicitarios, carruseles, reels, anuncios, Meta Business Suite, Meta Ads/Facebook Ads, recurso de captación de prospectos, autoridad digital, prueba social, objeciones, formatos por canal y producción rápida con IA.

Convertir la oferta del día 1 en comunicación visible y persuasiva. El estudiante aprende a producir contenido que educa, despierta deseo, responde objeciones, crea confianza y conduce al usuario hacia una acción: dejar datos, agendar, escribir, comprar o pedir información.

Content Engine + Creatividad

BLOQUE DE PRÁCTICA 1

Sistema de contenidos, narrativa de marca y texto publicitario por canal

Diseño de pilares de contenido, ángulos de venta, ganchos de atención, titulares, textos publicitarios, guiones de reels, carruseles, secuencia de confianza, creatividad base para Meta Ads/Facebook Ads y mensajes adaptados para Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn, WhatsApp o correo electrónico.

- Se diferencia contenido de atracción, autoridad, objeción, prueba y cierre.
- Se transforma la oferta en historias, ganchos de atención y argumentos para distintos niveles de conciencia.
- Se construye un banco inicial de ideas y textos publicitarios conectados a llamada a la acción real.

Resultado de la práctica: Sistema de contenido alineado a la oferta y al embudo.

BLOQUE DE PRÁCTICA 2

Producción visual, audiovisual y creatividad para anuncios

Uso aplicado de IA para piezas gráficas, videos cortos, avatares, escenas, creatividades publicitarias, recurso de captación de prospectos y recursos de autoridad. Se prioriza claridad comercial, no solo estética.

- Se revisan criterios de retención, lectura móvil, contraste, gancho visual y coherencia de marca.
- Se produce una pieza base y se adapta el mensaje a video, carrusel, imagen o avatar.
- Se prepara una creatividad inicial para pauta o validación orgánica.

Resultado de la práctica: Kit de piezas iniciales para publicar o probar.

Content Engine + Creatividad

TEMARIO Y PRÁCTICA EN DETALLE

Aplicación al proyecto

Aplicación individual de contenido: produce una pieza coherente con audiencia, oferta, canal y criterio de marca.

- Elegir tres pilares de contenido y tres objeciones del cliente que deben resolverse con contenido.
- Redactar cinco ganchos de atención, dos textos publicitarios cortos, un texto publicitario largo y un llamado a la acción conectado a la oferta.
- Diseñar una pieza visual o carrusel base y un guion corto de video/reel/avatar con estructura de gancho, valor y acción.
- Armar un recurso de captación de prospectos simple y una creatividad inicial de anuncio con mensaje, imagen/video y llamada a la acción.

Kit de contenido comercial aplicable: pilares, banco de ganchos de atención, textos publicitarios, guion corto, pieza visual/carrusel, idea de video/avatar, recurso de captación de prospectos, creatividad base de anuncio para Meta Ads/Facebook Ads y calendario inicial de publicación.

- Matriz de contenido con intención: atraer, educar, generar confianza y convertir.
- Primer paquete de piezas listas para adaptar a Instagram, TikTok, Facebook o LinkedIn.
- recurso de captación de prospectos o recurso de captación conectado al mensaje comercial del día 1. La pieza de contenido se entrega en QLASE junto con su informe estratégico, objetivo y criterio de revisión.
- Matriz de contenido con intención: atraer, educar, generar confianza y convertir.
- Primer paquete de piezas listas para adaptar a Instagram, TikTok, Facebook o LinkedIn.
- recurso de captación de prospectos o recurso de captación conectado al mensaje comercial del día 1.

La pieza de contenido se entrega en QLASE junto con su informe estratégico, objetivo y criterio de revisión.

La práctica alimenta el avance de esta sesión. La entrega evaluable y la dedicación asincrónica son las indicadas en este mismo día.



1 H ASINCRÓNICA

Implementación guiada

60 min: 15 min lectura + 30 min terminar una pieza/guion iniciado en clase + 15 min scorecard, CTA y preparación de entrega. No se piden diez piezas ni calendario completo.

Conexión con tu proyecto

El resultado evaluable se construye principalmente durante la clase en vivo. La hora asincrónica sirve para lectura aplicada, revisión, ajuste y documentación; no inicia una tarea distinta.

Content Engine + Creatividad



ENTREGA EVALUABLE DEL DÍA

Día 2 · Content Operating System + Creative Test Pack

3 ganchos + 1 texto + 1 pieza o guion + CTA + breve hipótesis de prueba.



ENTREGA DEL DÍA

Requisitos de la evidencia en QLASE

Entrega: 3 pilares de contenido, matriz atraer/educar/probar/convertir, 10 hooks, 2 copies cortos, 1 copy largo, 1 guion corto de video/avatar, 1 pieza visual o carrusel, 1 lead magnet simple, 1 creatividad de anuncio y calendario inicial.

Añade el Content Agent Loop Strategist → Creator → Critic → Repurposer con instrucciones de cada rol y una comparación antes/después de la crítica.

Criterios: conexión con oferta 25%, calidad persuasiva 25%, creatividad y adaptación por canal 25%, sistema de revisión/loop y CTA 25%.

CRITERIOS DE CALIDAD

Qué se revisa en esta evidencia

Conexión con oferta

El sistema de contenidos deriva de la oferta, el cliente y las objeciones priorizadas.

Calidad persuasiva

Hooks, copies y guion movilizan una acción clara y mantienen coherencia de mensaje.

Creatividad y adaptación

Adapta formatos y ángulos por canal sin perder la voz de marca.

Loop de revisión y CTA

Documenta Strategist → Creator → Critic → Repurposer y demuestra mejora entre versiones.

Content Engine + Creatividad

Recursos del día



Acceso en QLASE para estudiantes matriculados. Guías y lecturas desde el inicio de la sesión; presentación al finalizar.

PRESENTACIÓN DE CLASE · PDF



Día 2 · Presentación de clase.pdf

Disponible al terminar la clase

GUÍAS Y PRÁCTICA · GUÍA



Día 2 · Guía de clase en vivo — Sistema de contenidos + Creatividad

GUÍAS Y PRÁCTICA · PDF



Día 2 · Guía · Contenido que explica y convierte.pdf

15 min de consulta orientativa

GUÍAS Y PRÁCTICA · PDF



Día 2 · Guía · Publicar y programar con control.pdf

20 min de consulta orientativa

LECTURAS · PDF



Día 2 · Lectura · Contenido automatización y ventas.pdf

15 min de consulta orientativa

LECTURAS · PDF



Día 2 · Lectura · Prompts multimedia.pdf

20 min de consulta orientativa

PLANTILLAS · DOC



Plantilla Día 2 · Brief creativo + ciclo de contenidos



REPASO EN QLASE

Secuencia · Content Agent Loop

Ordena roles y control humano.



COMPROBACIÓN

Evaluación Día 2 · Content Engine y creatividad

El repaso se responde dentro del aula. No se publica aquí el banco de respuestas ni se solicita otro archivo por consultar materiales.

04 / PLAN INTEGRADO / DÍA 03

03 Smart Page + Embudo

2 h en vivo · 1 h asincrónica · 7 recursos en esta sesión.

RESULTADO DE APRENDIZAJE



Diseñar una ruta de conversión simple y especificar un agente vendedor con criterios de calificación, límites y transferencia humana.

ENFOQUE DEL DÍA

Smart Page/App Web, wireframe, hero, beneficios, prueba, CTA, formulario, lead magnet, CRM, agenda, email, WhatsApp y agente vendedor. Se profundiza en anatomía de agentes: objetivo, contexto, conocimiento, herramientas, estado, límites y controles, criterios de calificación, transferencia humana humano, pruebas y loops. Codex y Google Antigravity se integran como práctica guiadas de desarrollo agentic para prototipar o mejorar activos y flujos.

EJES DE LA SESIÓN

página/CTA/formulario

CRM/estados

agente vendedor

tres pruebas

cierre.

TEMARIO Y PRÁCTICA EN DETALLE

Página inteligente/App Web, formulario, CRM, agenda, correo electrónico y chatbot/agente vendedor

Estructura de página, sección principal, beneficios, prueba, llamada a la acción, formulario, recurso de captación de prospectos, CRM, agenda, correo electrónico de bienvenida, chatbot/agente vendedor, guion de atención, objeciones y mapa de seguimiento.

Transformar contenido y oferta en infraestructura de captación. El estudiante entiende cómo una visita se convierte en prospecto, cómo ese prospecto entra al CRM, cómo recibe seguimiento y cómo un agente o guion comercial aumenta la probabilidad de conversación y venta.

Smart Page + Embudo

BLOQUE DE PRÁCTICA 1

Arquitectura de Página inteligente/App Web y ruta de conversión

Diseño de la sección principal, promesa, beneficios, prueba, objeciones, recurso de captación de prospectos, llamada a la acción, formulario y punto de contacto. Se revisa cómo ordenar una página para que no sea bonita sino funcional.

- Se organiza la página por intención: atención, problema, solución, confianza, oferta y acción.
- Se revisan errores comunes: exceso de texto, llamada a la acción ambiguo, formulario largo y beneficios poco concretos.
- Se define qué debe hacer el usuario y cómo se medirá la conversión.

Resultado de la práctica: Wireframe de Página inteligente/App Web listo para construir.

BLOQUE DE PRÁCTICA 2

CRM, correo electrónico, agenda y agente vendedor

Diseño del pipeline, campos mínimos del prospecto, agenda de llamada, correo electrónico inicial, mensaje de WhatsApp, chatbot/agente vendedor, guion de objeciones y seguimiento para no perder oportunidades.

- Se conecta formulario, CRM, agenda, correo electrónico y WhatsApp en una ruta comercial simple.
- Se construye un guion de agente vendedor con diagnóstico, calificación, objeciones y llamada a la acción.
- Se define el primer flujo de seguimiento y los datos mínimos que deben guardarse.

Resultado de la práctica: Embudo base con seguimiento inicial documentado.

Smart Page + Embudo

TEMARIO Y PRÁCTICA EN DETALLE

Aplicación al proyecto

Aplicación individual de conversión: configura llamada a la acción, formulario y seguimiento para comprobar el recorrido comercial.

- Esquematizar la Página inteligente/App Web: sección principal, subtítulo, beneficios, prueba, llamada a la acción, formulario y punto de contacto.
- Definir recurso de captación de prospectos, campos del formulario, destino del prospecto, agenda y notificación de contacto.
- Redactar correo electrónico de bienvenida, mensaje de WhatsApp y primer flujo de seguimiento comercial.
- Construir el guion del chatbot/agente vendedor: saludo, diagnóstico, objeciones, calificación y llamada a la acción final.

Embudo base funcional: Página inteligente/App Web en estructura, recurso de captación de prospectos, formulario, CRM, agenda, correo electrónico inicial, mensaje de WhatsApp, chatbot/agente vendedor, guion de objeciones y mapa simple de métricas.

- Mapa visual del recorrido del prospecto: visita, registro, contacto, seguimiento y cierre.

- texto publicitario base de la Página inteligente con secciones esenciales, llamada a la acción y promesa clara.
- Primer flujo operativo para responder prospectos con correo electrónico, WhatsApp, agenda y agente. El flujo de conversión se documenta en QLASE mediante enlaces, capturas y explicación del seguimiento.
- Mapa visual del recorrido del prospecto: visita, registro, contacto, seguimiento y cierre.
- texto publicitario base de la Página inteligente con secciones esenciales, llamada a la acción y promesa clara.
- Primer flujo operativo para responder prospectos con correo electrónico, WhatsApp, agenda y agente.

El flujo de conversión se documenta en QLASE mediante enlaces, capturas y explicación del seguimiento.

La práctica alimenta el avance de esta sesión. La entrega evaluable y la dedicación asincrónica son las indicadas en este mismo día.



1 H ASINCRÓNICA

Implementación guiada

60 min: 15 min lectura + 30 min completar mapa/especificación de clase + 15 min probar tres escenarios y registrar una corrección. No se exige pagar o conectar todas las plataformas.

Smart Page + Embudo

Conexión con tu proyecto

El resultado evaluable se construye principalmente durante la clase en vivo. La hora asincrónica sirve para lectura aplicada, revisión, ajuste y documentación; no inicia una tarea distinta.



ENTREGA EVALUABLE DEL DÍA

Día 3 · Smart Page + Funnel Blueprint + Sales Agent Spec

Mapa de embudo + especificación del agente vendedor + evidencia de tres escenarios.



ENTREGA DEL DÍA

Requisitos de la evidencia en QLASE

Entrega: wireframe de Smart Page/App Web; copy de hero, beneficios, prueba, objeciones y CTA; lead magnet; campos del formulario; pipeline CRM; agenda; email inicial; WhatsApp; mapa
visita→lead→calificación→seguimiento→cierre; y especificación completa del agente vendedor.

La Sales Agent Spec debe incluir objetivo, alcance, fuentes de conocimiento, datos permitidos, preguntas de diagnóstico, criterios de calificación, objeciones, CTA, guardrails, handoff humano y 5 pruebas con resultado esperado/real/corrección.

Incluir evidencia de uso de Goatify AI Sellers/AiAgent y, cuando sea viable, un mini-lab en Codex o Google Antigravity para prototipar o revisar el activo/flujo.

Criterios: conversión y arquitectura 25%, integración CRM/seguimiento 25%, calidad del agente y seguridad 30%, pruebas/documentación 20%.

Smart Page + Embudo

CRITERIOS DE CALIDAD

Qué se revisa en esta evidencia

Conversión y arquitectura

La Smart Page, CTA y recorrido del embudo responden a una lógica de conversión clara.

Integración CRM y seguimiento

Formulario, CRM, agenda, email y WhatsApp forman un flujo coherente y trazable.

Calidad y seguridad del agente

Objetivo, conocimiento, criterios de calificación, guardrails y handoff humano están bien definidos.

Pruebas y documentación

Documenta al menos cinco pruebas con resultado esperado, resultado real y corrección.

Recursos del día



Acceso en QLASE para estudiantes matriculados. Guías y lecturas desde el inicio de la sesión; presentación al finalizar.

PRESENTACIÓN DE CLASE · PDF



Día 3 · Presentación de clase.pdf

Disponible al terminar la clase

GUÍAS Y PRÁCTICA · GUÍA



Día 3 · Guía de clase en vivo — Página inteligente + Embudo + Agentes

GUÍAS Y PRÁCTICA · PDF



Día 3 · Guía · Una página que capta y orienta.pdf

13 min de consulta orientativa

GUÍAS Y PRÁCTICA · GUÍA



Práctica complementaria · Codex + Google Antigravity

Consulta complementaria

Smart Page + Embudo

LECTURAS · PDF

**Día 3 · Lectura · SEO y posicionamiento.pdf**

15 min de consulta orientativa

LECTURAS · PDF

**Día 3 · Lectura · Paginas web y activos.pdf**

20 min de consulta orientativa

PLANTILLAS · DOC

**Plantilla Día 3 · Especificación del Agente Vendedor**

REPASO EN CLASE

Relaciona · Arquitectura del agente

Relaciona cada componente con su función.



COMPROBACIÓN

Evaluación Día 3 · Funnel, agentes y loops

El repaso se responde dentro del aula. No se publica aquí el banco de respuestas ni se solicita otro archivo por consultar materiales.

04 / PLAN INTEGRADO / DÍA 04

04 Monetización + Sistema Final

2 h en vivo · 1 h asincrónica · 10 recursos en esta sesión.

RESULTADO DE APRENDIZAJE



Cerrar monetización, campaña mínima, medición y plan de 30 días integrándolos en un Sistema Comercial Base coherente.

ENFOQUE DEL DÍA

Pricing, propuesta comercial, cobro, campaña mínima, Meta Ads, TikTok Ads/Google Ads como extensiones, automatización de seguimiento, métricas, atribución inicial, referidos, retención, growth loops, pitch y plan de 30 días. Se cierra con un Agentic Growth Loop donde los datos alimentan hipótesis, iteraciones y acciones bajo aprobación humana.

EJES DE LA SESIÓN

precio/cobro

campaña mínima

árbol de indicadores

plan 30 días

defensa y entrega.

TEMARIO Y PRÁCTICA EN DETALLE

estrategia de precios, cobro, automatización, publicidad digital, ciclos automatizados de crecimiento, presentación comercial y plan de acción de 30 días

estrategia de precios, propuesta comercial, cierre, cobro, automatización, anuncios, referidos, fidelización, métricas, mini presentación comercial, validación y ruta de activación posterior al curso.

Cerrar la certificación con un sistema comercial base que pueda presentarse, probarse, medirse y vender. El estudiante ordena su estrategia de precios, cobro, seguimiento, anuncios, métricas y plan de acción para activar su oferta durante los siguientes 30 días.

Monetización + Sistema Final

BLOQUE DE PRÁCTICA 1

Monetización, cobro y propuesta comercial

Definición final de precio, paquete, bono, garantía o incentivo, forma de pago, argumento de valor, propuesta comercial, objeciones, cierre y validación inicial de la oferta.

- Se corrige la estrategia de precios para que conecte con valor, alcance y público.
- Se define método de cobro, condiciones, incentivo, próxima acción y protocolo de cierre.
- Se prepara una propuesta simple que pueda enviarse por WhatsApp, PDF, correo electrónico o página.

Resultado de la práctica: Plan de monetización y propuesta comercial listos.

BLOQUE DE PRÁCTICA 2

Ads, automatización, crecimiento y presentación comercial final

Diseño de campaña mínima, público, creatividad, métrica principal, automatización de seguimiento, referidos, fidelización, plan de 30 días y mini presentación comercial para presentar el sistema final.

- Se arma una campaña mínima viable con objetivo, público, mensaje, pieza, presupuesto de prueba y métrica.
- Se conecta la campaña con el embudo, CRM, correo electrónico, agente y agenda.
- Se ensaya la presentación comercial final y se define la ruta de activación posterior.

Resultado de la práctica: Sistema comercial base presentado con plan de 30 días.

Monetización + Sistema Final

TEMARIO Y PRÁCTICA EN DETALLE

Aplicación al proyecto

Aplicación individual de campaña: documenta hipótesis, segmentación, activo, métrica y próximos ajustes.

- Ajustar precio, paquete, forma de cobro, bono, condiciones y argumento de valor final.
- Diseñar una campaña mínima: público, mensaje, pieza creativa, llamada a la acción, presupuesto de prueba y métrica principal.
- Conectar el plan de automatización: prospecto, formulario, CRM, correo electrónico, agente, agenda y seguimiento.
- Preparar mini presentación comercial, lista de verificación final del sistema y plan de activación de 30 días.

Plan de monetización y activación: estrategia de precios, cobro, propuesta, campaña mínima, automatización, métricas, plan de 30 días y mini presentación comercial.

- Oferta final con precio, forma de pago, incentivo, objeciones y argumento de cierre.

- Campaña mínima viable con público, pieza, llamada a la acción, presupuesto de prueba y métrica principal.
- lista de verificación final del sistema y ruta de activación para los próximos 30 días. La campaña final se presenta en QLASE con hipótesis, configuración, indicadores y plan de optimización.
- Oferta final con precio, forma de pago, incentivo, objeciones y argumento de cierre.
- Campaña mínima viable con público, pieza, llamada a la acción, presupuesto de prueba y métrica principal.
- lista de verificación final del sistema y ruta de activación para los próximos 30 días.

La campaña final se presenta en QLASE con hipótesis, configuración, indicadores y plan de optimización.

La práctica alimenta el avance de esta sesión. La entrega evaluable y la dedicación asincrónica son las indicadas en este mismo día.



1 H ASINCRÓNICA

Implementación guiada

La entrega final está visible desde el cierre de la sesión 3 y se completa durante el Día 4. El bloque de activación del Día 4 forma parte del MISMO proyecto final; no existe una segunda tarea independiente.

Conexión con tu proyecto

El resultado evaluable se construye principalmente durante la clase en vivo. La hora asincrónica sirve para lectura aplicada, revisión, ajuste y documentación; no inicia una tarea distinta.

Monetización + Sistema Final



ENTREGA EVALUABLE DEL DÍA

Proyecto Final Oficial · Sistema Comercial Base con IA + Agentes

Proyecto Final único: Sistema Comercial Base + bloque de activación del Día 4.

Cómo se integra el Sistema Comercial Base

El cierre del programa integra lo construido durante los 4 días en un paquete de arranque comercial: estrategia, contenido, activo digital, embudo, automatización, monetización, campaña mínima y presentación comercial. No es una tarea aislada; es el primer sistema comercial del estudiante, listo para presentar, captar prospectos y activar durante los siguientes 30 días.

CÓMO SE INTEGRA EL SISTEMA COMERCIAL BASE

Estrategia

Avatar, problema, promesa, creación del nombre de marca, identidad de marca, oferta, estrategia de precios, objeciones y presentación comercial corta.

CÓMO SE INTEGRA EL SISTEMA COMERCIAL BASE

Contenido

Pilares, ganchos de atención, textos publicitarios, guion, pieza visual, video/avatar, recurso de captación de prospectos y creatividad de anuncio.

CÓMO SE INTEGRA EL SISTEMA COMERCIAL BASE

Embudo

Página inteligente/App Web, formulario, CRM, agenda, correo electrónico, WhatsApp y agente vendedor.

CÓMO SE INTEGRA EL SISTEMA COMERCIAL BASE

Activación

Cobro, campaña mínima, métricas, automatización, seguimiento, mini presentación comercial y plan de acción de 30 días.

Monetización + Sistema Final



ENTREGA DEL DÍA

Requisitos de la evidencia en QLASE

Integra los cuatro días en un solo paquete ejecutivo.

Debe contener: estrategia y oferta; content engine; Smart Page/App Web; formulario; CRM; agenda; email/WhatsApp; Sales Agent Spec y pruebas; pricing y cobro; campaña mínima; KPI tree; Agentic Growth Loop; mini pitch y roadmap de 30 días.

Adjunta links o capturas funcionales cuando existan y marca como blueprint aquello que todavía no esté implementado.

No se penaliza que un componente esté prototipado si está correctamente documentado y probado.

Rúbrica del Sistema Final: coherencia estratégica 25%, integración técnica/agentic 37,5%, medición/viabilidad/pitch 37,5%.

Peso final del curso: 40%.

CRITERIOS DE CALIDAD

Qué se revisa en esta evidencia

Coherencia estratégica

Alinea cliente, problema, oferta, marca, contenido, CTA y monetización sin contradicciones.

Integración técnica y agentic

Integra y documenta los activos, automatizaciones y agente con límites, pruebas y trazabilidad.

Medición, viabilidad y pitch

Presenta métricas, campaña mínima, plan de 30 días y un pitch claro y ejecutable.

Recursos del día



Acceso en QLASE para estudiantes matriculados. Guías y lecturas desde el inicio de la sesión; presentación al finalizar.

PRESENTACIÓN DE CLASE · PDF



Día 4 · Presentación de clase.pdf

Disponible al terminar la clase

GUÍAS Y PRÁCTICA · GUÍA



Día 4 · Guía de clase en vivo — Monetización + Publicidad + Ciclos de crecimiento

04 / PLAN INTEGRADO / DÍA 04 · CONTINUACIÓN

Monetización + Sistema Final

GUÍAS Y PRÁCTICA · PDF



Día 4 · Guía · Meta Ads: de la oferta a la campaña.pdf

18 min de consulta orientativa

GUÍAS Y PRÁCTICA · GUÍA



Guía Final · Ensamblaje del Sistema Comercial Base con IA + Agentes

GUÍAS Y PRÁCTICA · PDF



Día 4 · Guía · Google Ads y publicidad en YouTube.pdf

20 min de consulta orientativa

GUÍAS Y PRÁCTICA · PDF



Día 4 · Guía · TikTok Ads con intención comercial.pdf

20 min de consulta orientativa

GUÍAS Y PRÁCTICA · PDF



Día 4 · Guía · Publicar la página en Netlify.pdf

20 min de consulta orientativa

GUÍAS Y PRÁCTICA · PDF



Día 4 · Guía · Del contacto al resultado comercial.pdf

20 min de consulta orientativa

LECTURAS · PDF



Día 4 · Lectura · Metricas y rentabilidad.pdf

12 min de consulta orientativa

PLANTILLAS · DOC



Plantilla Día 4 · Tarjeta de Experimento y Crecimiento



REPASO EN QLASE

Secuencia · Sistema comercial end-to-end

Ordena el flujo desde research hasta medición.



REPASO EN QLASE

Secuencia · Agentic Growth Loop

Ordena las etapas del ciclo de aprendizaje.

Monetización + Sistema Final



REPASO EN CLASE

Relaciona · Métrica y etapa

Conecta la métrica con el punto del embudo que ayuda a observar.



COMPROBACIÓN

Evaluación Día 4 · Ads, métricas y growth

El repaso se responde dentro del aula. No se publica aquí el banco de respuestas ni se solicita otro archivo por consultar materiales.



COMPROBACIÓN

Evaluación integradora · Sistema Comercial Base con IA + Agentes

El repaso se responde dentro del aula. No se publica aquí el banco de respuestas ni se solicita otro archivo por consultar materiales.

05 / METODOLOGÍA

Aprender. Construir. Probar.

Explicación ejecutiva, demostración, práctica, implementación y evidencia.



01

Comprender

Marco conceptual, contexto, riesgos, fuentes y criterios de calidad.



02

Construir

Demostración y práctica guiada sobre un proyecto o proceso real.



03

Implementar

Trabajo aplicado con plantillas, herramientas y evidencias.



04

Probar y documentar

Revisión, límites, controles, métricas, mejora y entrega final.

UNA HORA ASINCRÓNICA POR SESIÓN



La distribución de los 60 minutos se especifica en cada día. La implementación completa, revisa y documenta lo construido en la clase; no inicia un proyecto diferente.

05 / CATÁLOGO DEL PROGRAMA

Herramientas con un propósito.

Se utiliza una selección pertinente al proyecto, no necesariamente todas las herramientas. Los accesos enlazan a sus páginas indicadas, no activan cuentas ni permisos.

QL

AULA Y SESIONES EN VIVO

QLASE LMS ↗

Aula académica para clases, guías, tareas, recursos, evidencias, calificaciones y seguimiento.

MI

AULA Y SESIONES EN VIVO

Microsoft Teams ↗

Plataforma para sesiones sincrónicas, reuniones académicas y clases en vivo.

GO

ASISTENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Goatify IA ↗

Ecosistema de IA para crear, organizar, investigar, automatizar y producir activos digitales.

CH

ASISTENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ChatGPT ↗

Asistente de IA para ideación, análisis, instrucciones, redacción, estrategia y resolución de problemas.

GE

ASISTENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Gemini ↗

Asistente de IA del ecosistema Google para investigación, análisis, redacción y trabajo multimodal.

CL

ASISTENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Claude ↗

Asistente de IA para análisis profundo, documentos extensos, estrategia y estructuración de información.

05 / CATÁLOGO DEL PROGRAMA · CONTINUACIÓN

Herramientas con un propósito.

GO

ASISTENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Google AI Studio ↗

Entorno de Google para experimentar con modelos, prototipar soluciones de IA y desarrollar integraciones.

GR

ASISTENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Grok ↗

Asistente de IA útil para exploración de tendencias, investigación y análisis de conversación digital.

NO

ASISTENTES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

NotebookLM ↗

Herramienta de estudio e investigación basada en fuentes para sintetizar, consultar y transformar documentos.

CO

AGENTES DE DESARROLLO Y PROGRAMACIÓN CON IA

Codex de OpenAI ↗

Agente de programación para construir, revisar y mejorar software y automatizaciones asistidas por IA.

GO

AGENTES DE DESARROLLO Y PROGRAMACIÓN CON IA

Google Antigravity ↗

Entorno con agentes de Google para desarrollar, prototipar y orquestar soluciones y flujos con IA.

CA

DISEÑO, VIDEO Y CREACIÓN DE CONTENIDO

Canva ↗

Diseño de presentaciones, piezas visuales, contenido, materiales académicos y activos de marca.

CA

DISEÑO, VIDEO Y CREACIÓN DE CONTENIDO

CapCut ↗

Edición de video, subtítulos, piezas verticales y contenido audiovisual para comunicación digital.

Herramientas con un propósito.

FL

DISEÑO, VIDEO Y CREACIÓN DE CONTENIDO

Flow de Google / Veo ↗

Creación audiovisual con IA para escenas, clips, narrativa y piezas visuales generativas.

HE

DISEÑO, VIDEO Y CREACIÓN DE CONTENIDO

HeyGen ↗

Producción de videos con avatar, presentaciones, mensajes y contenido educativo o comercial.

ME

MARKETING DIGITAL, ANUNCIOS Y REDES SOCIALES

Meta Business Suite ↗

Gestión de presencia, publicaciones, mensajes y activos empresariales de Facebook e Instagram.

ME

MARKETING DIGITAL, ANUNCIOS Y REDES SOCIALES

Meta Ads Manager ↗

Creación, administración, optimización y medición de campañas publicitarias en Meta.

TI

MARKETING DIGITAL, ANUNCIOS Y REDES SOCIALES

TikTok Ads Manager ↗

Creación y gestión de campañas publicitarias, audiencias y medición en TikTok.

05 / CATÁLOGO DEL PROGRAMA · CONTINUACIÓN

Herramientas con un propósito.

GO

MARKETING DIGITAL, ANUNCIOS Y REDES SOCIALES

Google Ads ↗

Gestión de campañas de búsqueda, display, video y otras soluciones publicitarias de Google.

YO

MARKETING DIGITAL, ANUNCIOS Y REDES SOCIALES

YouTube Studio ↗

Gestión de contenido, canal, analítica, publicación y rendimiento en YouTube.

MA

AUTOMATIZACIÓN, VENTAS Y PRODUCTIVIDAD

ManyChat ↗

Automatización conversacional para WhatsApp, Instagram, captación, seguimiento y atención de prospectos.

AG

AUTOMATIZACIÓN, VENTAS Y PRODUCTIVIDAD

Agendador de Citas Goatify ↗

Agenda para coordinar reuniones, asesorías, llamadas comerciales y seguimiento de prospectos.

PA

AUTOMATIZACIÓN, VENTAS Y PRODUCTIVIDAD

PayPal ↗

Cobros y pagos digitales aplicados a procesos comerciales y monetización.

NE

DESARROLLO WEB, PÁGINAS DE CONVERSIÓN Y PUBLICACIÓN

Netlify ↗

Publicación y despliegue de sitios, aplicaciones web, páginas de conversión y prototipos digitales.

Herramientas con un propósito.

GI

DESARROLLO WEB, PÁGINAS DE CONVERSIÓN Y PUBLICACIÓN

GitHub ↗

Control de versiones, repositorios, colaboración y publicación de proyectos de software.



Costos y permisos

Cada participante debe revisar disponibilidad, límites, cuotas, suscripciones y facturación de los servicios elegidos antes de activarlos. No se comparten contraseñas, claves privadas ni datos sensibles. Acciones como publicar, cobrar, enviar mensajes o modificar datos requieren autorización y control humano.

06 / EVALUACIÓN Y EVIDENCIAS

Demuestra lo que construiste.

20%

Participación y criterio

40%

Entregables diarios

40%

Sistema final

**Rigor aplicado**

Se evalúa la capacidad de construir, probar, documentar y demostrar un resultado. La credencial no se obtiene únicamente por asistir.

**Aprobación y referencia**

La ficha institucional publicada establece superar el 70% de la evaluación práctica. La aplicación y los requisitos de la cohorte se confirman en QLASE y con la dirección académica.

Ponderación publicada en la ficha institucional

Esta referencia conserva la ponderación pública del sitio. Las actividades de repaso no se convierten por este dossier en nuevos entregables ni en porcentajes adicionales.

01

EVIDENCIA EVALUABLE

Día 1 · Brief Estratégico Comercial + Offer Thesis**02**

EVIDENCIA EVALUABLE

Día 2 · Content Operating System + Creative Test Pack**03**

EVIDENCIA EVALUABLE

Día 3 · Smart Page + Funnel Blueprint + Sales Agent Spec**04**

EVIDENCIA EVALUABLE

Proyecto Final Oficial · Sistema Comercial Base con IA + Agentes

Dirección académica y credencial.



DIRECCIÓN ACADÉMICA

Daniel Ortega Corella

Ingeniero Comercial · MSc. Dirección de Empresas · MSc. Educación y TICs · IA aplicada, negocios y productos digitales.



CERTIFICACIÓN

Credencial IBERO

Certificación en Marketing Digital con Inteligencia Artificial y Agentes

Credencial digital emitida por Centro IBEROamericano, con verificación en línea desde el portal institucional.

Formación aplicada

Programa privado de formación aplicada, emitido y avalado por Centro IBEROamericano y su red educativa, tecnológica y profesional. Sus contenidos se actualizan para responder al ritmo real de la inteligencia artificial, el producto digital, los negocios y la comunicación.

[Perfil de LinkedIn ↗](#)[Perfil académico en QLASE ↗](#)[Verificar diplomas IBERO ↗](#)

07 / TU CONVOCATORIA

Fechas y horarios.



FECHAS DEL PROGRAMA

Cohorte de referencia

5 al 8 de octubre de 2026



SESIONES EN VIVO

Horario general del programaLun, Mar, Mié, Jue · 19:00 - 21:00 EC/CO/PE ·
18:00 - 20:00 MX

FICHA DEL PROGRAMA

Consulta la convocatoria vigente.

Modalidad: 100% online. Sesiones en vivo mediante Microsoft Teams y trabajo académico en QLASE.

[Abrir la información oficial y el programa completo ↗](#)

El QR es un acceso al programa, no a una grabación ni a una sesión privada.

Calendario institucional

Las fechas de este dossier corresponden a la cohorte de los JSON aportados. Antes de matricularte, confirma la convocatoria vigente en el calendario institucional.

[Consultar calendario académico vigente ↗](#)

07 / SIGUIENTE PASO

Inversión y matrícula.

Ecuador / otros

USD \$57

México

MXN \$995

Colombia

COP \$211.000

Perú

PEN S/200

Inversión por país

Valores conservados de la base comercial recibida. Confirma país, moneda, convocatoria y condiciones antes del pago. El medio de pago muestra la moneda de procesamiento disponible.

RUTAS DE MATRÍCULA · ELIGE UNA SOLA OPCIÓN

Tarjeta internacional · USD ↗

Tarjeta México · MXN ↗

INTIS · billetera digital ↗

Solicitar apoyo de admisiones ↗

Abrir registro y admisiones IBERO ↗

Después del pago

Después del pago: conserva el comprobante y envíalo a admisiones con nombre completo, programa, país y medio utilizado para validar el cupo y habilitar el acceso académico.

Control documental

Contenido académico: JSON del programa y malla integrada de la versión del sitio entregada el 12 de septiembre de 2026. Precios, enlaces comerciales y condiciones públicas: esa misma base del sitio y brochure precedente. El calendario de un PDF es estático; la convocatoria vigente se consulta en la web. Este documento no modifica calificaciones, matrículas ni la configuración de QLASE.

Completa el proceso con respaldo institucional.

TRANSFERENCIA BANCARIA

Banco	Banco Bolivariano
Tipo	Cuenta corriente
Cuenta	501 5025433
RUC	1793199203001
Titular	CENTRO IBEROAMERICANO DE EDUCACION

WESTERN UNION Y OPCIONES INTERNACIONALES

Consulta el procedimiento oficial

Por seguridad, este PDF no publica datos personales del receptor. Abre la ficha vigente del programa para revisar el método autorizado o solicitar asistencia.

[Ver opciones oficiales](#)

DESPUÉS DEL PAGO

Envía el comprobante

Incluye nombre completo, programa, país y medio de pago para confirmar el cupo y habilitar el acceso académico.

[Enviar comprobante](#)

ACCESO Y SEGUIMIENTO

Admisiones + QLASE

El equipo de admisiones valida el registro. Los recursos, actividades, evidencias y calificaciones se administran en QLASE LMS.

[Abrir QLASE](#)

¿Necesitas orientación antes de formalizar?

WhatsApp oficial: +1 915 285 4778 · programas@ibero.education

[Hablar con admisiones](#)

[Escribir por correo](#)

Los precios y fechas corresponden a la información académica y comercial contenida en la versión del sitio IBERO entregada para esta edición. Conserva el comprobante de pago y la confirmación de admisiones.

Tu experiencia IBERO comienza con una decisión clara.

Formaliza tu cupo, conserva la confirmación y entra al entorno académico con una ruta precisa de trabajo, evidencia y acompañamiento.

01 · RESERVA

Completa el pago o registro

Usa el checkout correspondiente a tu país o solicita apoyo de admisiones.

02 · CONFIRMA

Envía tu comprobante

Comparte nombre completo, programa y medio de pago para validar el cupo.

03 · ACTIVA

Recibe acceso académico

Ingresa a Teams y QLASE con las indicaciones de bienvenida.

TRAZABILIDAD ACADÉMICA

Credencial digital IBERO

Consulta la autenticidad, el programa y la emisión directamente en el portal institucional.

[Verificar credencial](#)

Información y admisiones

Consulta condiciones vigentes o conversa directamente con el equipo IBERO.

[Abrir ficha oficial](#)

[Hablar con IBERO](#)

CENTRO IBEROAMERICANO

Formación aplicada para construir, demostrar y transformar.

REDES OFICIALES CENTRO IBEROAMERICANO

[Instagram](#)

[Facebook](#)

[LinkedIn](#)

[TikTok](#)

[YouTube](#)

También puedes revisar nuestras otras certificaciones y diplomados.

Programas aplicados, actualizados y conectados con proyectos reales. Consulta siempre la programación vigente en el calendario académico.

CERTIFICACIÓN

IA para Administradores y Gerentes

[VER →](#)

Análítica, indicadores, finanzas, automatización y dirección con agentes.

CERTIFICACIÓN

Crea Agentes de Inteligencia Artificial

[VER →](#)

Agentes, loops, herramientas, memoria, pruebas y automatización de procesos.

CERTIFICACIÓN

Crea tu Academia Educativa con IA

[VER →](#)

Diseño académico, contenidos, LMS, automatización, captación y monetización.

CERTIFICACIÓN

Comunicación Efectiva y Hablar en Público

[VER →](#)

Presencia, voz, estructura, persuasión y seguridad frente a personas reales.

DIPLOMADO

Diplomado en Marketing Digital con IA y Agentes

[VER →](#)

Sistema integral de crecimiento: research, contenido, conversión, CRM, ads y agentes.

DIPLOMADO

Diplomado en Desarrollo de Apps y Productos Digitales con IA

[VER →](#)

Producto, UX, desarrollo, pruebas, lanzamiento, monetización y go-to-market agentic.

MÁSTER EJECUTIVO

Máster Ejecutivo en IA Aplicada y Dirección de Productos Digitales

[VER →](#)

Incubación ejecutiva para construir, vender, dirigir y escalar productos digitales con IA.

[VER OFERTA ACADÉMICA](#)[CALENDARIO ACADÉMICO](#)