

Microcredencial Marketing digital e IA:
nuevos modelos de estrategia,
activación y crecimiento

Lifelong training





Classroom
Based



From 20/10/2026
to 10/11/2026



20 school hours hours



PDF
Course



Registration
information



0€



Sorry this content is only available in Spanish. Translation coming soon

PRESENTACIÓN

El marketing digital y la comunicación han evolucionado de forma radical en los últimos años, impulsados por cambios tecnológicos, sociales y culturales que han alterado la forma en la que las marcas se relacionan con sus audiencias. La fragmentación de canales, la saturación de contenidos, la transformación de los hábitos de consumo y la aparición de nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial han configurado un escenario más complejo, dinámico y exigente.

En este contexto, las marcas ya no compiten únicamente por visibilidad, sino por relevancia, coherencia y capacidad de conexión. El marketing deja de ser una suma de acciones tácticas para convertirse en un sistema integrado en el que estrategia, creatividad, datos y tecnología deben trabajar de forma alineada.

La Inteligencia Artificial forma parte de este cambio, pero no como único eje, sino como una herramienta que acelera procesos, amplifica capacidades y redefine ciertas formas de trabajo. Sin embargo, el verdadero reto no es tecnológico, sino estratégico: entender cómo evolucionan las audiencias, cómo se construyen hoy las marcas y cómo se diseñan experiencias que aporten valor en un entorno saturado.

Este curso propone una visión actualizada del marketing digital desde la perspectiva de agencia, combinando fundamentos, reflexión estratégica y aplicación práctica. El objetivo es ofrecer a los participantes una comprensión clara del nuevo contexto, así como herramientas y enfoques para adaptarse a él de forma eficaz y coherente.

DATOS GENERALES

Duración: 20 h

Modalidad:presencial y streaming

Fechas:

- 20/10/2026 - Sesión de 2h
- 22/10/2026 - Sesión de 3h
- 27/10/2026 - Sesión de 3h
- 29/10/2026 - Sesión de 3h
- 03/11/2026 - Sesión de 3h
- 05/11/2026 - Sesión de 3h
- 10/11/2026 - Sesión de 3h

Horario: Primer sesión de 17:00h a 19:00h y resto de sesiones de 17:30 a 20:30h

Teléfono de contacto: 964 38 72 09/12

Lugar: FUE-UJI. Edificio Consell Social. Campus Riu Sec. Castellón. [\(ver mapa\)](#).

Plazas limitadas 23 presenciales y 25 streaming: Matricularemos por orden de recepción de documentación hasta completarlas.

CON EL PATROCINIO DE:



La Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos (ASCER) y la Universitat Jaume I presentan un plan de formación dirigido a las personas que quieran mejorar sus aptitudes y posibilidades de empleo.

Esta acción se desarrolla en el marco del convenio suscrito entre ASCER y la Conselleria de Economía, Hacienda y Administración Pública de la Generalitat Valenciana.

El principal objetivo de estas formaciones es desarrollar las habilidades de los recursos humanos en las empresas

Inscripción GRATUITA - Plazas limitadas

DESTINATARIOS

- Personas que necesitan un reciclaje profesional o una actualización y adaptación de sus conocimientos al nuevo entorno digital con la IA

PROGRAMA Y ORGANIZACIÓN

0. Fundamentos de comunicación, marca y marketing

- Qué es una marca hoy: evolución del concepto
- Marketing y comunicación como sistema
- Canales, audiencias y ecosistema digital
- Relación entre marca, negocio y percepción
- Introducción a la innovación en marketing

1. El nuevo contexto del marketing digital

- Cambios en el comportamiento del consumidor
- Fragmentación de canales y atención
- Saturación de contenido y pérdida de impacto
- De la visibilidad a la relevancia
- Nuevas expectativas de las audiencias

2. Estrategia de marca en un entorno cambiante

- Posicionamiento y propuesta de valor
- Coherencia y consistencia de marca

- Construcción de relato y narrativa
- Adaptación a distintos canales
- Marca como sistema vivo

3. Creatividad, contenido y cultura digital

- Nuevas formas de consumo de contenido
- Contenido como activo estratégico
- Creatividad en entornos saturados
- Cultura digital, tendencias y códigos
- De campañas a sistemas de contenido

4. Tecnología e Inteligencia Artificial en marketing

- Rol de la tecnología en el marketing actual
- Introducción a la IA en marketing
- IA como apoyo en estrategia, creatividad y contenido
- Automatización de tareas y procesos
- Introducción a agentes de IA (visión general)

5. Nuevos modelos de trabajo en marketing y comunicación

- Cómo trabajan hoy las agencias
- Integración de estrategia, creatividad y data
- Workflows y procesos de trabajo
- De proyectos a sistemas continuos
- Colaboración entre perfiles

6. Data, análisis y toma de decisiones

- El papel del dato en marketing
- Interpretación vs. acumulación de información
- Toma de decisiones basada en datos
- Métricas relevantes vs. métricas de vanidad
- Conexión entre datos y estrategia

7. Experiencia de usuario y relación con la marca

- Nuevos recorridos del cliente
- Personalización y adaptación
- Relación marca–usuario
- Generación de valor y conexión
- De impacto a experiencia

8. Ética, responsabilidad y futuro del marketing

- Límites del marketing en la actualidad
- Uso responsable de la tecnología
- Riesgos: saturación, automatización, pérdida de autenticidad
- Nuevos roles y competencias
- Hacia dónde evoluciona el marketing digital

OBJETIVOS

1. Comprender la evolución actual del marketing digital en un entorno marcado por la transformación social, tecnológica, cultural y empresarial.
2. Analizar cómo la estrategia, la creatividad, los datos, la experiencia de usuario y la Inteligencia Artificial están redefiniendo la relación entre marcas y audiencias.
3. Capacitar al alumnado para identificar oportunidades de mejora en estrategias de marketing digital desde una perspectiva innovadora, aplicada y orientada a negocio.

METODOLOGÍA

Clase magistral para la teoría y realización de actividades prácticas que derivarán en una práctica final evaluable (Actividad práctica aplicada individual consistente en el análisis de una marca, campaña, canal o experiencia digital y la propuesta de una mejora estratégica orientada a relevancia, conversión, relación con el usuario o crecimiento).

EVALUACIÓN

La evaluación se basará en la asistencia, participación activa y realización de una actividad práctica final.

Criterios de evaluación:

1. Asistencia y participación en las sesiones: 30%.
2. Realización de la actividad práctica aplicada: 50%.
3. Presentación, justificación y reflexión crítica sobre la propuesta desarrollada: 20%.

Para superar el curso será necesario asistir al porcentaje mínimo requerido por la normativa de la microcredencial y entregar la actividad práctica planteada.

PROFESORADO

Dña. Cristina González Oñate

Cristina González Oñate es doctora en Comunicación Empresarial e Institucional (Febrero de 2007); licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (Junio de 2003); licenciada en Comunicación Audiovisual (Junio de 2007) y Master en Dirección Estratégica en Comunicación (Junio de 2005) por la Universidad Jaume I.

En la actualidad, es Catedrática de Universidad en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Jaume-I (Castellón).

Ha dedicado buena parte de su trabajo a la investigación de la continuidad televisiva y la gestión de marcas audiovisuales desde la concepción de la publicidad en el medio televisivo. Asimismo, también se dedica a investigar sobre publicidad digital y, en concreto, sobre las marcas en los Social Media y la gestión de intangibles de las marcas territorio. Forma parte, entre otros, del equipo de investigación Neuroengagement and Communication.

En la principal responsable de la asignatura Teoría del Pensamiento Estratégico y de la materia Estrategias de Comunicación Publicitaria y Corporativa en el Grado de Publicidad y Comunicación Corporativa de la Universidad Jaume I mientras colabora en diversos proyectos de investigación del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la misma universidad. También imparte docencia en el Máster de Nuevas tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación desde el año 2007.

INFORMACIÓN DE LA MATRÍCULA

IMPORTE DE LA MATRÍCULA

0€ Financiado por ASCER

INSCRIPCIÓN PRESENCIAL

INSCRIPCIÓN STREAMING

DOCUMENTACIÓN NECESARIA

- Fotocopia del DNI (alumnos extranjeros, NIE o pasaporte)

Plazas limitadas 25 presenciales y 20 streaming: Matricularemos por orden de recepción de documentación hasta completarlas.

¿Cómo y dónde tiene que entregar la documentación?

1. Mediante el asistente de matrícula online

Más información
Fundación Universitat Jaume I-Empresa
Dpto. de Formación
Teléfonos: 964 387 222 / 09 /12
Emails: formacion@fue.uji.es

FUE-UJI Trustees
companies and entities





Contact with us
we help you find what you need

Silvia Membrilla

Phone: 964 38 72 09
WhatsApp: 648126119
formacion@fue.uji.es

Andrea Navarro

Phone: 964 38 72 12
WhatsApp: 648126119
formacion@fue.uji.es

Reyes Riera

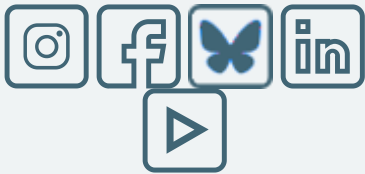
Phone: 964 38 72 10
formacion@fue.uji.es



+34 964 38 72 22



Fundación Universitat Jaume I - Empresa, Campus
Riu Sec.
Edif. Escuela de Doctorado y Consejo Social, s/n
12071 Castelló de la Plana, España



Access

- [Home](#)
- [La Fundación](#)
- [R & D & I](#)
- [Training](#)
- [Conferences](#)
- [Work Placements](#)
- [Graduate Scholarships](#)
- [EuroFUE-UJI](#)

Most visited

- [FUE-UJI Courses](#)
- [Extracurricular](#)
- [internship](#)
- [vacancies](#)
- [Scholarships for graduates](#)
- [vacancies](#)
- [European and International](#)
- [Projects EuroFUE-UJI](#)
- [Upcoming Conferences,](#)
- [Seminars and Congresses](#)

Other foundation Websites

- [elfue.com](#)
- [EuroFUE-UJI](#)
- [InnovaUJI](#)

Legal Notice

Transparency Portal

We are part of:

