

Inteligencia Artificial aplicada a negocios y procesos

Fecha de inicio: Martes 5 de Noviembre

Modalidad: Virtual

Duración: 6 clases de 2hs cada una.

Cursada: Martes de 17 a 19hs

La llamada “Revolución tecnológica del siglo XXI”, que estamos transitando, provoca profundas transformaciones en la sociedad e impacta considerablemente en la gestión y competitividad de las empresas. En ese marco, la Inteligencia Artificial es una de las principales tecnologías habilitadoras de los cambios tecnológicos de naturaleza exponencial que estamos transitando.

En función de esas consideraciones, desde la Universidad Nacional Guillermo Brown (UNaB) en conjunto con la Fundación Banco Credicoop hemos elaborado los contenidos de un curso donde abordamos tanto la naturaleza y características de la Inteligencia Artificial, como su aplicación en distintas áreas de una empresa.

Es importante considerar que, tanto en la elaboración de contenidos como en el dictado de las clases, participamos profesionales que estamos aplicando en empresas las herramientas tecnológicas que conforman el contenido del curso.

CONTENIDOS

1. Introducción a la Inteligencia Artificial (IA)

Evolución de la IA, características y breve descripción de sus principales ramas.

Tecnologías que se engloban bajo el término "Inteligencia Artificial": cómo pueden ser aplicadas dentro de la industria conectada.

El modelo de IA basado en la toma de datos, su procesamiento y utilización.

Utilización de diferentes herramientas para ser aplicadas a la IA

2. Análisis de datos y toma de decisiones

Concepto general de big data y su evolución en los últimos 20 años. Visualización e interpretación de datos.

Utilización de herramientas matemáticas y de software para procesar datos.

Predicción y modelado como componentes cruciales en la ciencia de datos, la estadística y el aprendizaje automático.

3. ChatGPT en la empresa

Qué es el ChatGPT y cómo funciona. Uso de ChatGPT para respuestas rápidas y consultas comunes. Implementación de Chatbots avanzados.

El ChatGPT como de las IA más accesibles para interactuar, entrenada para mantener conversaciones y generar contenido.

Asistencia en tareas administrativas y automatización de procesos.

Organización y automatización de procesos con IA para mejorar la productividad interna.

4. El marketing y las ventas en tiempos de la IA

Análisis del comportamiento y las preferencias de los clientes para ofrecer recomendaciones personalizadas.

Obtención de mejoras no sólo en la experiencia de compra sino también en el aumento de la probabilidad de conversión (registraiones de interesados, ventas, etc.)

Participación de Chatbots y asistentes virtuales inteligentes en el proceso de captación de nuevos clientes y para ser aprovechados por las empresas en el incremento de sus ventas. Análisis de casos de empresas que ya están utilizando IA para obtener conclusiones.

5. Casos de estudio y aplicaciones prácticas

Estado actual de la aplicación de IA en empresas de la Argentina. Ejemplos prácticos de aplicaciones de IA en PYMES.

Talleres de simulación y gemelos digitales.

Análisis y adquisición de datos para ser mostrados en tableros (dashboard) Adquisición de datos utilizando dispositivos microcontroladores y sensores, en tiempo real.

6. Ciberseguridad y conclusiones éticas

Utilización de servicios en la nube con servidores online, ventajas y problemas.

Concepto e importancia de la ciberseguridad tanto en el manejo de datos como en el recolectado de información de los sensores.

Consideraciones en el uso de la IA, ejemplos de regulaciones aplicables.

Necesidad de fomentar la discusión crítica sobre los desafíos éticos, regulatorios y prácticos asociados con estas tecnologías.

CUERPO DOCENTE

- Mg. Alberto Briozzo
- Lic. Claudia Sosa
- Lic. Patricio Pescio
- Ing. Juan Carlos Mollo