“UNIVERSIDAD SANTO DOMINGO DE GUZMÁN”

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS



APLICACIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN MARKETING: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LITERATURA

**AUTOR:**

Bach. MAS PIZANGO, EDWIN MIGUEL

**ASESOR:**

MG. ALARCON CAJAS, YOHAN ROY

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE

**INGENIERO EN NEGOCIOS**

LIMA – PERÚ

2023

**Resumen**

El objetivo del estudio fue analizar los diferentes artículos escritos a nivel mundial y determinar los efectos y los beneficios que se logran cuando se implementa las herramientas digitales en las empresas. Además de describir cuales son las tendencias actuales y futuras de la aplicación de estos algoritmos en muchos casos con código abierto, según literatura. metodológicamente el estudio corresponde a trabajos de búsqueda sistemática de la información. Se llegó a concluir que según los artículos escritos a nivel mundial y sus efectos positivos se augura que en un tiempo breve sus beneficios serán implementados como herramientas digitales en los procesos de las empresas.

**Palabras clave:***inteligencia artificial, marketing, aprendizaje profundo, aprendizaje automático, chat bots, aplicación, estrategia, marketing digital.*

**Abstract**

The objective of the study was to analyze the different articles written worldwide and determine the effects and benefits that are achieved when digital tools are implemented in companies. In addition to describing what are the current and future trends of the application of these algorithms in many cases with open source, according to literature. Methodologically, the study corresponds to works of systematic information search. It was concluded that according to the articles written worldwide and its positive effects, it is predicted that in a short time its benefits will be implemented as digital tools in the processes of the companies.

**Keywords:** *artificial intelligence, marketing, deep learning, machine learning, chat bots, application, strategy, digital marketing.*