

CERTIFICADO EN ON LINE ADVERTISING ANALYTICS

- **Duración:** 4 meses (1 curso por mes).
- **Nivel:** Intermedio.
- **Modalidad:** 100% Online - Autogestión.
- **Dedicación estimada:** 6/8 horas semanales.

OBJETIVO

Desarrollar en el participante las capacidades para identificar los componentes de la identidad y reputación online como componente de la identidad de marca de las organizaciones, sus particularidades y formas de gestionarlas en el entorno de la web 2.0, y comprender los alcances y pertinencia de la publicidad on line, sus objetivos posibles, tanto como planificar y desarrollar una campaña digital de publicidad orientada a diferentes objetivos de negocio.

¿POR QUÉ ESTE CERTIFICADO?

- La toma de decisiones basada en datos y tecnología se consolidó como una capacidad crítica para organizaciones de todos los sectores.
- El certificado articula fundamentos conceptuales, herramientas y aplicación práctica sobre casos reales.
- Permite transformar información y tecnología en mejoras de desempeño, control o innovación.
- Su enfoque aplicado favorece la transferencia inmediata al trabajo.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

- Jóvenes profesionales de comunicación, marketing, publicidad y afines. Consultores externos.
- Ejecutivos y gerentes que trabajan en esas áreas dentro de las corporaciones.
- Pequeños y medianos empresarios que quieren comprender o manejar personalmente sus comunicaciones digitales.

QUÉ VA A LOGRAR EL ALUMNO

- Identificar los componentes de la identidad y reputación online como componente de la identidad de marca de las organizaciones, sus particularidades y formas de gestionarlas en el entorno de la web 2.0.
- Comprender los alcances y pertinencia de la publicidad on line, sus objetivos posibles, tanto como planificar y desarrollar una campaña digital de publicidad orientada a diferentes objetivos de negocio.
- Diseñar y ejecutar las distintas etapas de optimización de conversiones en el marco de las decisiones estratégicas de marketing, partiendo de los objetivos globales y atendiendo requerimientos específicos del mercado y del negocio.

- Abordar los factores de éxito para la implementación de un programa de Marketing Intelligence que permita identificar oportunidades de mercado así como advertir a tiempo las amenazas, brindando conocimiento (inteligencia) a los usuarios clave de la información.

PLAN DE ESTUDIOS

Social y Mobile Analytics

MÓDULO 1: Introducción y Contextualización de la temática

MÓDULO 2: Relaciones Publicas 2.0

MÓDULO 3: Estrategias de Gestión de Reputación Online

MÓDULO 4: Mobile Analytics

Cro (conversion Rate Optimization)

MÓDULO 1: Introducción

MÓDULO 2: Etapa 1. Descubrimiento

MÓDULO 3: Etapa 2. Experimentación

MÓDULO 4: Etapa 3. Aprendizaje

On Line Advertising en Acción

MÓDULO 1: Publicidad on line

MÓDULO 2: Soportes publicitarios

MÓDULO 3: Modelos de Pricing

MÓDULO 4: Redes de Display y Sociales

Construyendo Marketing Intelligence

MÓDULO 1: Market Intelligence y Big Data

MÓDULO 2: Fuentes de información

MÓDULO 3: Business Intelligence

MÓDULO 4: Aplicaciones de MI

COMPETENCIAS QUE SE VAN A DESARROLLAR

Competencias transversales

- Capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr objetivos compartidos y generar sinergias de trabajo efectivas.
- Capacidad de examinar metódicamente una realidad o situación y asumir una valoración fundada frente a ella.
- Capacidad para diseñar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en conocimiento formal y aplicación práctica.

Competencias específicas

- Identificar los componentes de la identidad y reputación online como componente de la identidad de marca de las organizaciones, sus particularidades y formas de gestionarlas en el entorno de la web 2.0.
- Comprender los alcances y pertinencia de la publicidad on line, sus objetivos posibles, tanto como planificar y desarrollar una campaña digital de publicidad orientada a diferentes objetivos de negocio.
- Diseñar y ejecutar las distintas etapas de optimización de conversiones en el marco de las decisiones estratégicas de marketing, partiendo de los objetivos globales y atendiendo requerimientos específicos del mercado y del negocio.
- Abordar los factores de éxito para la implementación de un programa de Marketing Intelligence que permita identificar oportunidades de mercado así como advertir a tiempo las amenazas, brindando conocimiento (inteligencia) a los usuarios clave de la información.

PERFIL DEL EGRESADO

El Certificado le otorgará al egresado la capacidad para desempeñarse con conocimiento, aptitudes y habilidades en el ámbito del análisis de performance en campañas de publicidad online. Será capaz de gestionar un plan de medición acorde a las necesidades estratégicas del negocio, monitorear los resultados y optimizar las campañas desplegadas en distintas plataformas digitales. También adquirirá habilidades para interrelacionar los resultados obtenidos en todos los canales de publicidad, tanto online como offline.