

Gestión Estratégica de la Información en Marketing Digital

Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | para estudiantes universitarios | 16 semanas

Descripción del Curso

Este curso ofrece una comprensión integral sobre la gestión de la información en el ámbito del marketing y la publicidad digital, con un enfoque especial en el análisis de métricas y la gestión de redes sociales. Está diseñado para estudiantes universitarios del área de Economía, Administración y Contaduría que desean desarrollar habilidades para interpretar datos, monitorear indicadores clave y gestionar la reputación digital de marcas y organizaciones.

A lo largo de 16 semanas, los estudiantes explorarán las herramientas y técnicas para medir el impacto de las campañas en redes sociales, analizar datos relevantes y aplicar estrategias para la gestión de crisis y control de daños. También se abordará el marco normativo vigente que regula la comunicación digital y la protección de la reputación en línea.

El curso adopta un enfoque metodológico activo que combina exposiciones teóricas, análisis de casos reales, prácticas con software de análisis y debates en clase. Al finalizar, los estudiantes estarán capacitados para diseñar y aplicar estrategias de gestión de la información que optimicen la toma de decisiones en marketing digital y contribuyan al fortalecimiento de la imagen corporativa en el entorno digital.

Objetivos Generales

- Analizar la importancia y aplicación de métricas e indicadores en redes sociales para evaluar campañas de marketing.
- Utilizar herramientas digitales para el análisis y visualización de datos relacionados con la gestión de la información.
- Diseñar estrategias efectivas para la gestión de crisis y control de daños en entornos digitales.
- Aplicar la normativa vigente relacionada con la comunicación digital para garantizar prácticas éticas y legales.
- Desarrollar y administrar la reputación digital de marcas a través de una gestión informada y estratégica.

Competencias

- Interpretar y aplicar métricas e indicadores clave para evaluar el desempeño en redes sociales.
- Utilizar herramientas de análisis de datos para la toma de decisiones en marketing digital.
- Identificar y gestionar eficazmente situaciones de crisis en redes sociales mediante estrategias de comunicación y control de daños.
- Aplicar la normativa vigente relacionada con la comunicación digital y la protección de datos.
- Desarrollar estrategias para el fortalecimiento y mantenimiento de la reputación digital de marcas y organizaciones.

- Integrar análisis cuantitativos y cualitativos para mejorar las campañas de marketing y publicidad.

Requerimientos

- Conocimientos básicos en marketing digital y redes sociales.
- Familiaridad con conceptos fundamentales de estadística y análisis de datos.
- Acceso a computadora con conexión a internet para uso de herramientas digitales.
- Competencias básicas en el manejo de software de análisis y visualización de datos (Excel, Google Analytics, etc.).
- Habilidades de lectura y comprensión de textos académicos y normativos.

Unidades del Curso

Unidad 1: Introducción a la Gestión de la Información en Marketing Digital

Unidad 2: Fundamentos de Métricas en Redes Sociales

Unidad 3: Herramientas de Análisis de Redes Sociales

Unidad 4: Métricas e Indicadores Clave de Desempeño (KPIs)

Unidad 5: Técnicas de Análisis de Datos para Marketing

Unidad 6: Visualización y Reporte de Datos

Unidad 7: Gestión de Crisis en Redes Sociales: Conceptos y Estrategias

Unidad 8: Planificación y Respuesta ante Crisis Digitales

Unidad 9: Normativa y Regulación en Comunicación Digital

Unidad 10: Ética y Responsabilidad en la Gestión de la Información Digital

Unidad 11: Reputación Digital: Conceptos y Componentes

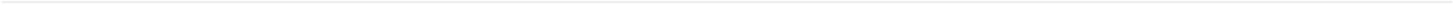
Unidad 12: Monitoreo y Evaluación de la Reputación Digital

Unidad 13: Estrategias para Construir y Mantener la Reputación Digital

Unidad 14: Casos Prácticos de Gestión de Información y Crisis Digitales

Unidad 15: Proyecto Integrador: Diseño de un Plan de Gestión de Información

Unidad 16: Presentación y Evaluación de Proyectos



Generado con EdutekaLab — edutekalab.co