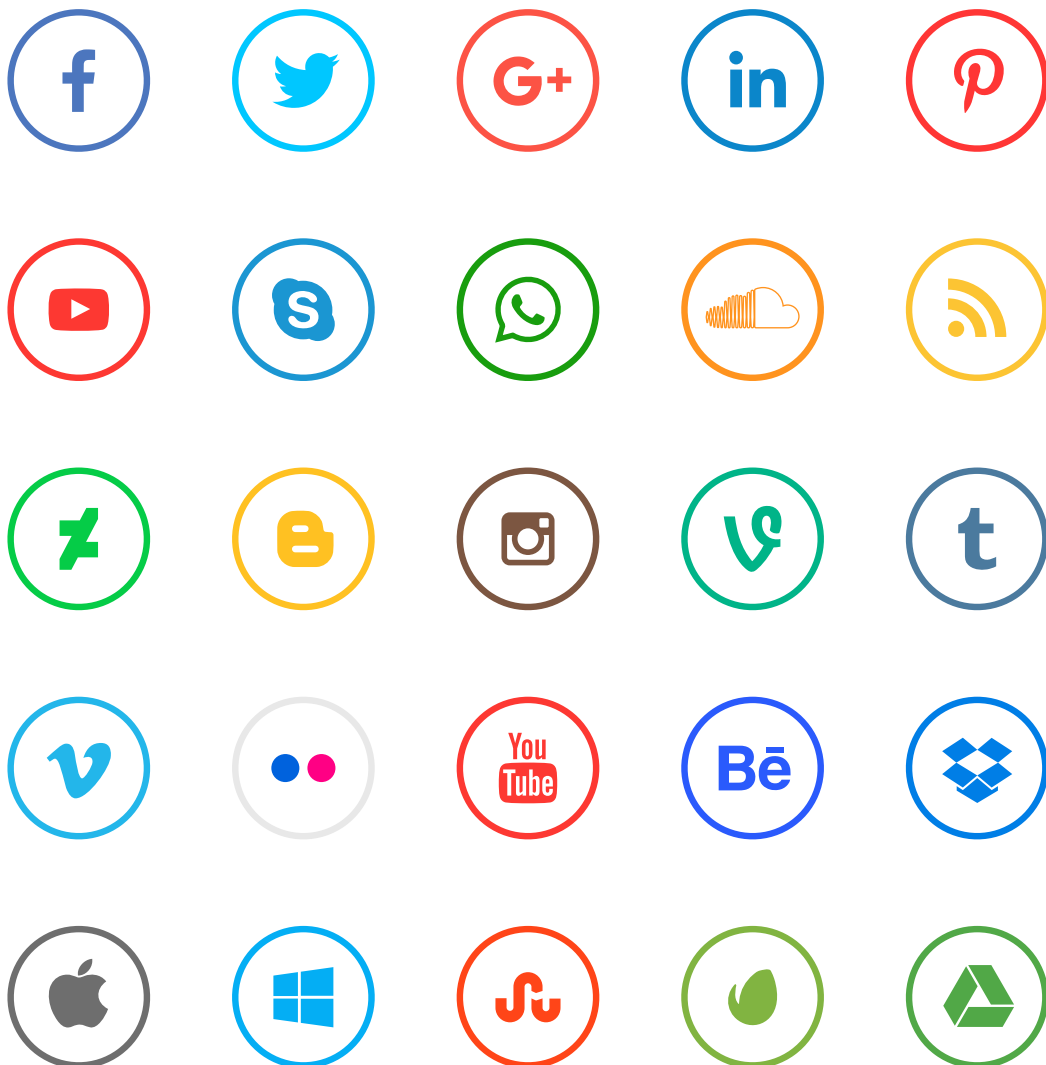




CURSO PRESENCIAL
MADRID, 7 - MARZO

aedemo ANIVERSARIO
JUNTOS CRECEMOS

HERRAMIENTAS EN LA INVESTIGACIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS DIGITALES



OBJETIVO DEL CURSO

El objetivo es aprender a utilizar aplicaciones de observación y análisis de datos y contenidos de Redes Sociales.

DESTINATARIOS

Profesionales, estudiantes y docentes de investigación de mercados, marketing y metodologías de investigación.

PROGRAMA

SESIÓN DE MAÑANA: 10 a 14 h.

- ▶ LA INTEGRACIÓN DE METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS DE LOS SOCIAL MEDIA CON OTRAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
 - Ventajas de integrar el análisis de los *social media* con analítica web, análisis del comportamiento digital, encuestas y estudios cualitativos.
- ▶ USO DE HERRAMIENTAS DE MONITORIZACIÓN
 - El proceso de análisis de los *social media*
 - Factores clave en la selección de una herramienta
 - Configuración
 - Codificación manual y categorización automática de menciones
 - Detección de *Influencers*
 - Análisis de redes: ¿cómo se construye la conversación?
- ▶ APLICACIONES A CASOS REALES
 - Análisis de tendencias
 - Análisis de eventos
 - Detección y explicación de una crisis
 - Análisis de reputación de marca
 - Análisis de *influencers*: detección, tipos de *influencers*, grado de influencia y segmentación
- ▶ PRÁCTICA CON HERRAMIENTA DE MONITORIZACIÓN AVANZADA: BUZZMOMETER

SESIÓN DE TARDE: 15 a 19 h.

► MÉTRICAS, KPI'S Y REPORTING EN LA ANALÍTICA SOCIAL MEDIA

- Distinguiendo métricas y Kpi's
- Objetivos y BOE
- Métricas más usuales
- Tipos de *reporting*: el cuadro de mandos óptimo
- *Case Study*
- Píldora práctica: KPI's vs. Métricas

► INTEGRACIÓN DE LA ANALÍTICA EN LA ESTRATEGIA DE MARCA

- Encontrando yacimientos de contenidos mediante la investigación
- Análisis *social media*, según el criterio del *funnel* del consumidor
- *Case Study*

► TUTORIAL PARA HACER UN PROTOCOLO DE CRISIS

- La gestión de crisis
- Las tres etapas del protocolo
- Ejemplos reales
- Píldora práctica

► HERRAMIENTAS Y PRÁCTICA

- *Kit* de herramientas básicas
- Práctica análisis de canales propios con *Buzzmometer*

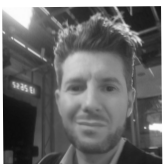
PROFESORES



PROFESOR (SESIÓN DE MAÑANA)

XAVIER MORAÑO, Director de Empirica Influentials & Research

LINKEDIN: www.linkedin.com/in/xmorano



PROFESOR (SESIÓN DE TARDE)

FCO. JAVIER MELERO CANO, Social Media & Digital Intelligence Consultant

LINKEDIN: <http://linkd.in/14hNtgV>

FECHA Y LUGAR DE CELEBRACIÓN

7 - MARZO - 2018

De 10 a 14 h. y de 15 a 19 h.

AEDEMO

Auditorio del edificio de Viajes El Corte Inglés

C/ Alberto Bosch, 13. Madrid

CUOTA DE INSCRIPCIÓN

HASTA EL 28 DE FEBRERO

- Socios AEDEMO** GRATUITO
 - No socios AEDEMO** 380 € + 21% IVA
-

DESDE EL 1 DE MARZO

- Socios AEDEMO** 245 € + 21% IVA
 - No socios AEDEMO** 480 € + 21% IVA
-

PLAZAS LIMITADAS

IMPRESINDIBLE CONFIRMAR ASISTENCIA

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

aedemo 
asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión

C. Alberto Bosch, 13. 4ª planta. 28014, Madrid

T. 91 330 07 19

E. aedemo@aedemo.es

BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN DISPONIBLE EN: WWW.AEDEMO.ES