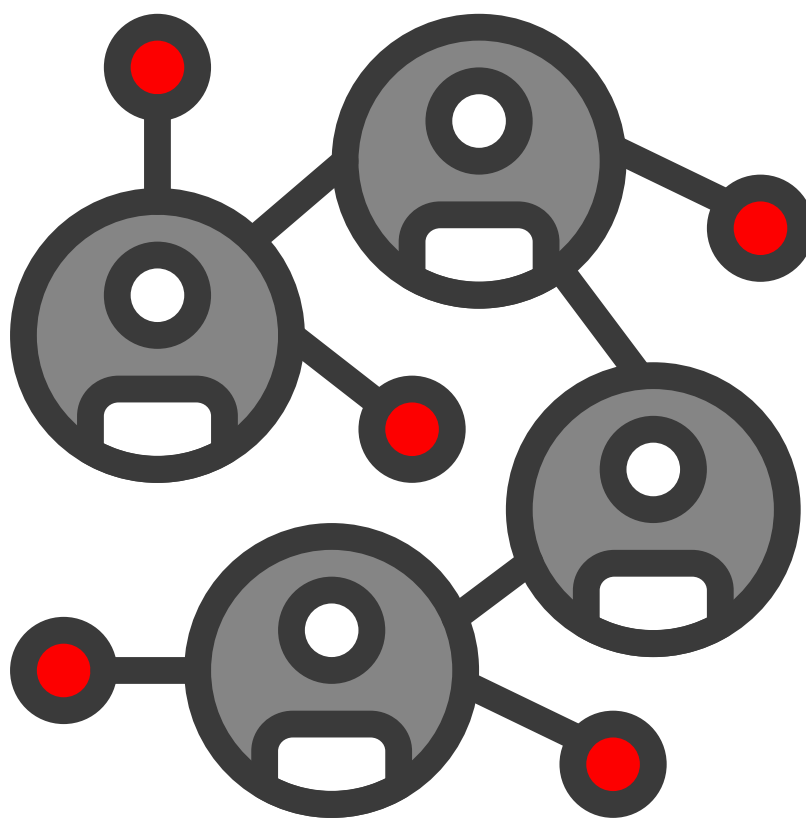


**CURSO ONLINE DE INICIACIÓN:
HERRAMIENTAS, MÉTRICAS Y
METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN DE
LOS SOCIAL MEDIA
(4 horas)**



Impartido por **JAVIER MELERO** y **XAVIER MORAÑO**
6 y 8 de octubre
De 16:00 a 18:00 h

 **i+a**
FORMACIÓN



OBJETIVOS

Curso de iniciación para conocer qué se puede investigar en redes sociales, foros, blogs y cómo combinar con otras metodologías de investigación.

FECHA

6 y 8 de octubre
De 16:00 a 18:00 h

DESTINATARIOS

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

PROGRAMA

6 de octubre - Herramientas y métricas en la investigación de los Social Media (Javier Melero)

- Introducción y presentación del curso
- ¿Qué es el BOE: Bought, Owned y Earned media?
- ¿Qué objetivos nos podemos fijar en las estrategias de redes sociales?
- ¿Cómo distinguimos una métrica de un KPI?
- ¿Cuáles son las métricas más habituales y qué función tienen?
- Kit de herramientas básicas
- Case Study
- Píldora Práctica

8 de octubre - Sinergias entre la Investigación de los Social Media y otras metodologías (Xavier Morano)

- Sinergias entre investigación de Social Media y otras metodologías de investigación
- Uso de dashboards en tiempo real
- Case study
- Píldora Práctica

El curso ofrece la posibilidad de sesiones tutorizadas individuales con los profesores en los 15 días siguientes.

Certificado de curso a los asistentes.

PROFESORES:



JAVIER MELERO,
Social Media & Digital Intelligence Consultant
[LINKEDIN](#)



XAVIER MORAÑO,
Director de Empirica Influentials & Research
[LINKEDIN](#)

CUOTAS DE INSCRIPCIÓN

Hasta 30 de septiembre

Socios: 55€	No socios: 105€
-------------	-----------------

A partir de 1 de octubre

Socios: 155€	No socios: 205€
--------------	-----------------

+ IVA

Una vez inscrito a través del formulario recibirá un correo electrónico de confirmación con toda la información necesaria para efectuar el pago

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

Los asistentes a este curso se podrán inscribir en el **Curso Avanzado: Análisis e Investigación de los Social Media aplicado** que se impartirá el 20 y 22 de octubre (4 horas)