



Fundación Uned

Curso de Analítica y Monitorización en Medios Sociales

Trabaja en lo que te gusta



Poténciate
con F. **UNED**

Información Académica (10-14h L-V)

Tel. 91 169 70 97

mariana.blazquez@cursocommunityfuned.com

www.cursocommunityfuned.com

Información Matrícula Fundación
UNED

Tel. 91 386 72 76

gestión.certificados@fundacion.uned.es

www.fundacion.uned.es

PRESENTACIÓN

Inicio del curso
19 de noviembre de 2018

¿Estás pensando en desarrollar tu carrera profesional en el ámbito de la Analítica y la Monitorización en Medios Sociales?

Te lo ponemos fácil a través de cuatro premisas.



Metodología

100% online
con clases en directo.



Mejor Relación Calidad/Precio

(este curso posee descuentos y bonificaciones).



Duración

2 meses (19 de noviembre de 2018 –
25 de enero de 2019).

**250 horas de formación
certificadas.**



Garantía

La Fundación UNED es un organismo de gran prestigio, en España y América Latina, gracias a su buena labor y tradición en la formación online y a distancia.

[VISITA LA WEB DEL CURSO](#)

[MATRÍCULA ONLINE](#)



La analítica y monitorización de medios sociales y la elaboración de informes es una actividad que está adquiriendo una vital importancia en la labor de los Community Managers.

La analítica es necesaria para redefinir estrategias y para mantener informados a los departamentos de la empresa de los resultados que se están obteniendo con la actividad en medios sociales. Además, estos medios nos pueden llegar a aportar información muy valiosa sobre los usuarios de la marca y sus hábitos de consumo.

En este sentido, es fundamental que los Community Managers sepan cómo elaborar informes competitivos en el entorno profesional, que comuniquen exactamente la realidad de las comunidades virtuales en las que se está trabajando.



A quién va dirigido

- Personas que quieren dedicarse profesionalmente al Community Management.
- Profesionales del Marketing y del Social Media.
- Todos aquellos interesados en conocer las mejores herramientas de medición y presentación de resultados de estrategias en Medios Sociales.

Objetivos

1

Conocer las principales métricas de medición de resultados de una campaña en Medios Sociales.

Monitorizar de una forma eficaz y profesional una marca en Medios Sociales.

2**3**

Ser capaz de presentar informes de analítica y monitorización de una forma profesional.

METODOLOGÍA

100% Online y clases en directo: flexibilidad y cercanía.



Campus Online



Tutor Personal



Clases en Directo



App Móvil

Recibirás las claves de acceso al Campus Online del curso. Desde ese momento podrás acceder cuando quieras (24 horas al día), en función de tu disponibilidad horaria, y desde donde quieras. Solo necesitas una conexión a internet.

Además de que la flexibilidad horaria y geográfica es total, el modelo pedagógico del curso está diseñado para ser conciliado con tus responsabilidades laborales y personales.



¿Qué me voy a encontrar?

Una vez dentro del campus, podrás descargar y estudiar el material didáctico, asistir a clases en directo, ver videotutoriales explicativos, participar en foros de debate, plantear tus dudas a los profesores o a tu tutor, leer documentación complementaria, realizar las actividades o interactuar con otros alumnos.

En función de la parte del curso en la que estemos, cada uno de estos aspectos será el protagonista. El curso está dotado de un ritmo muy interesante, ¡no te vas a aburrir ni un minuto!

Clases en directo

Las clases en directo consisten en explicaciones por parte del equipo docente de aquellos contenidos en los que, por su complejidad o importancia, queremos hacer hincapié trabajándolo directamente contigo. También aprovecharemos algunas de estas sesiones para ayudarte a resolver dudas, queremos que notes cercanía y los profesores van a estar muy pendientes de ti.

Podrás vivir la experiencia de una clase tradicional con profesores y alumnos, pero sin salir de casa. Si no puedes asistir a dichas clases, no te preocupes, la asistencia es voluntaria y todas las sesiones se graban para que puedas verlas cuando quieras.

Tutorías telefónicas

Además de lo anterior, contarás con la posibilidad de contactar con tu tutor a través de tutorías telefónicas. ¡No te vamos a dejar guardarte ni una duda!

MODELO DE EVALUACIÓN

Se trata de una evaluación continua de carácter fundamentalmente práctico



Teórica

A lo largo del curso se aportan amplios conocimientos teóricos que se evalúan fundamentalmente en su aplicación práctica. Por ello, la evaluación puramente teórica constituye una pequeña parte de la evaluación.



Práctica

La forma de evaluación del curso será eminentemente práctica. Junto con la participación en debates sobre la materia con el profesorado, el alumno deberá realizar un caso práctico en el que deberá elegir los parámetros de medición y crear un informe de resultados desde cero según los objetivos de un ejemplo propuesto.

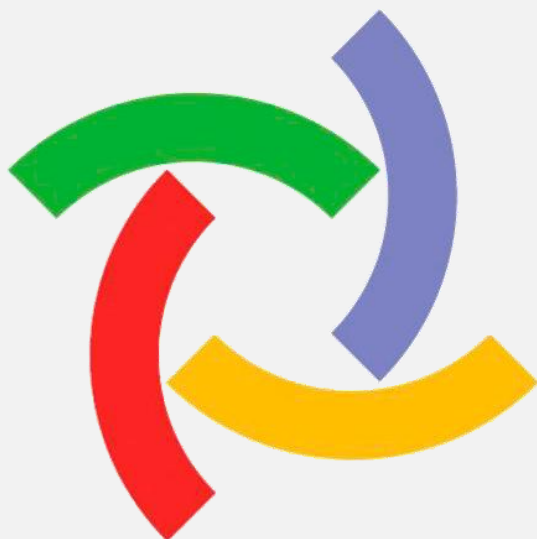
TITULACIÓN

Todos aquellos alumnos que superen el curso con éxito, recibirán el título de “Curso en Analítica y Monitorización en Medios Sociales de la Fundación UNED” que reconoce 250 horas de formación en la materia.

**Título de la
Fundación UNED**
que refuerza tu currículum



250^H**HORAS**
de formación reconocidas



Qué es la Fundación UNED

La Fundación UNED pertenece a la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia www.uned.es) y tiene por objeto diseñar, promover y realizar todos aquellos estudios que son necesarios en pro del desarrollo científico, cultural, social, económico, de la investigación y de la formación profesional, tanto de la sociedad española como de aquellos países con los que mantiene relaciones de cooperación.

Para ampliar la información, visitar www.fundacion.uned.es.

PROFESORADO

Alessandro Bernardi

Tras desarrollar una carrera científica internacional, finalmente se especializa como **científico del Social Media**. Desde el 2009 organiza el [Twestival](#) (Twitter Festival) de Barcelona y se dedica a la consultoría como **analista** y al desarrollo de campañas en RRSS colaborando con la agencia de publicidad **Carrots** y marcas como **Mattel**, **Volkswagen**, **Telefónica**, **Rafa Nadal** o **100 Montaditos**.



Actualmente se dedica al desarrollo de [Social Elephants](#), una plataforma profesional de gestión y análisis de las RRSS. Entre sus proyectos destaca su rol como **Data Scientist** para [Playground Magazine](#), pioneros en España en la creación de noticias virales y en Native Advertisment. Además es profesor de Social Media para cursos de postgrado/máster de la [Elisava](#) y de la [UPF-idEC](#).

PROGRAMA

I. Analítica en Medios Sociales

A

¿QUÉ ES LA ANALÍTICA?

- La figura del analista de Medios Sociales
- Medios propios, medios ganados y medios pagados
- Datos públicos y datos privados de las redes sociales
- Análisis de marcas e influencers

B

OBJETIVOS DE UNA CAMPAÑA DE MEDICIÓN

- Audiencia: tamaño de comunidad y segmentación
- Impresiones y alcance
- Engagement y notoriedad
- Amplificación y viralidad
- Trafico Web
- Generación de leads y conversiones
- Otras acciones en Medios Sociales
- Optimizar el horario/día de publicación
- Share of Voice

PROGRAMA

I. Analítica en Medios Sociales

C

DEFINICIÓN DE LOS KPIS EN LAS VARIAS REDES SOCIALES

- Métricas universales: comparación entre las varias redes sociales
- KPIS específicos de cada red social
- Reportes de videos (Facebook vs. YouTube)
- Ejemplos de reportes

D

CÁLCULO DEL ROI

- Captación y coste de un fan.
- Coste por engagement (CPE).
- Coste por impresión (CPM).
- Coste por click (CPC), coste por acción (CPA) y coste por conversión.
- Grant Ranting Points (GRPs) en Medios Sociales.

E

HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA DE MEDIOS SOCIALES

- Herramientas gratuitas.
- Plataformas profesionales.

PROGRAMA

II. Monitorización en Medios Sociales

A

MONITORIZACIÓN DE UNA MARCA

- Reputación online y notoriedad.
- Social CRM y Atención al cliente.
- Lead generation.

B

MONITORIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE #HASHTAG

- Actividad, impactos, alcance.
- Datos socio-demográficos y target.
- Identificar los usuarios más activos y más influyentes.

C

MONITORIZACIÓN DE INFLUENCERS

- Seleccionar un brand advocate y medir su influencia.
- Audiencia, Influencia y Actividad.

PROGRAMA

II. Monitorización en Medios Sociales

D

BENCHMARK DE LA COMPETENCIA

- Definición de los competidores.
- Monitorización de actividad, audiencia y engagement.
- Share of Market vs. Share of Voice en los medios sociales.

E

HERRAMIENTAS DE MONITORIZACIÓN

- Herramientas gratuitas.
- Plataformas profesionales.

PRECIO

Matrícula de **350 €**, precio final. Se establece un único pago.

Colectivos **280 € (20% de Descuento)**

- Personas en situación de desempleo (el alumno deberá enviar una copia escaneada del justificante de demanda de empleo en vigor, junto al comprobante de pago, a gestion.certificados@fundacion.uned.es).
- Profesionales autónomos (el alumno deberá enviar una copia escaneada del último pago a autónomos, junto al comprobante de pago, a gestion.certificados@fundacion.uned.es).
- Alumnos y antiguos alumnos de la UNED y Fundación UNED (el alumno deberá enviar una copia escaneada del título del curso realizado o una copia escaneada del pago de matrícula del curso que está realizando, junto al comprobante de pago, a gestion.certificados@fundacion.uned.es).
- Personal UNED (el alumno deberá enviar una copia escaneada del carné de empleado de la UNED, junto al comprobante de pago, a gestion.certificados@fundacion.uned.es).
- Personas con discapacidad del 33% o superior (el alumno deberá enviar una copia escaneada del certificado de discapacidad, junto al comprobante de pago, a gestion.certificados@fundacion.uned.es).

Antiguos Alumnos **210 € (40% de Descuento)**

Antiguos alumnos de los cursos de Community Management, Competencias Tecnológicas para Community Managers, Marketing Online, E-commerce, Inbound Marketing, Publicidad en Redes Sociales, Usabilidad y Experiencia de Usuario, Analítica Web y Certificación Google Analytics, Adwords y certificaciones de Google y Microsoft, Gamificación y Storytelling y Blogger Profesional de la Fundación UNED.

Trabajadores en Activo **350 € (100% Bonificable)**

Curso 100% bonificable a través de la [FUNDAE](#) (antigua F. Tripartita). El curso es abonado por la empresa, para su trabajador, mediante créditos formativos.

Al formalizar la matrícula, puede seleccionar que la Fundación UNED se haga cargo, en nombre de su empresa, de la tramitación de la bonificación en la FUNDAE. Esta gestión supone un incremento de un 10% de la matrícula, importe que también será bonificado como coste del curso.

Más información: gestion.bonificaciones@fundacion.uned.es.

MATRÍCULA E INSCRIPCIÓN

Periodo de matriculación
hasta el 12 de noviembre de 2018

Duración del curso
del 19 de noviembre de 2018 al 25 de enero de 2019

Inscripción

Podrás formalizar tu matrícula vía telemática en la página web del curso www.cursocommunityfuned.com o bien en la página oficial de la Fundación UNED www.fundacion.uned.es.

Información Académica (10-14h L-V)

Tel. 91 169 70 97 | mariana.blazquez@cursocommunityfuned.com
www.cursocommunityfuned.com

Información Matrícula Fundación UNED

Tel. 91 386 72 76 | gestion.certificados@fundacion.uned.es
www.fundacion.uned.es

[VISITA LA WEB DEL CURSO](#)

[MATRÍCULA ONLINE](#)
