



CURSO DE ANALYTICS PARA PUBLICIDAD Y MARKETING

1. La comunicación desde el punto de vista del análisis: entendiendo las **variables utilizadas** en el mercado **y su cálculo**.
2. Las fuentes de datos disponibles y la **metodología** empleada en cada una de ellas.
3. Tipos de análisis: el consumidor, la marca.
4. Concepto y medición del **retorno** en comunicación: la **eficacia** y la **eficiencia** de los distintos medios.
5. Análisis avanzado: las sinergias entre los medios **offline** y **online**. Casos reales.
6. Caso práctico: construcción de un modelo de medición de retorno de campañas de comunicación.



Número de sesiones/horas: 2 sesiones de 3 horas cada una