

PRONTUARIO

TÍTULO:	Investigación Online: Técnicas y Herramientas
CODIFICACIÓN:	MMD 650
PRERREQUISITOS:	MMD 630 y MMD 640
CRÉDITOS:	3 créditos 45 horas contacto 1 término

DESCRIPCIÓN

En este curso aprenderás sobre la aplicación de métodos y estrategias cuando evaluamos las herramientas de comunicación online. Nos enfocaremos en entender el verdadero significado de la información a través de la investigación y el desarrollo, así como en fomentar el pensamiento estratégico, crítico y teórico. Al finalizar el curso los estudiantes tendrán un mejor entendimiento sobre las herramientas de investigación disponibles para desarrollar y evaluar las campañas en los medios digitales, incluyendo en las redes sociales y páginas de Internet. Finalmente, aprenderás cómo investigar y posicionar tus esfuerzos de marketing online.

JUSTIFICACIÓN

Este curso está estructurado para entender cómo recopilar y recoger datos a través del Internet. Para poder desarrollar una estrategia de marketing digital es necesario conocer cuáles son las técnicas y las herramientas disponibles que permitan detectar y evaluar oportunidades para nuestras campañas mientras se minimizan los riesgos.

COMPETENCIAS

Competencias transversales

1. Investigación y exploración
2. Innovación

Competencias específicas

Al finalizar el curso el estudiante estará capacitado para:

1. Aprender a investigar sobre una amplia gama de temas en los medios de comunicación digitales.

2. Manejo de analíticas de páginas de Internet y cómo utilizar las herramientas de SEO de manera efectiva.
3. Utilizar los métodos de prueba para determinar cuáles elementos de una página de Internet son efectivos y cuáles no lo son, así como las razones.
4. Crear una propuesta de SEO para un negocio basada en su industria y necesidades del negocio.
5. Utilizar encuestas online para investigación.
6. *Usability*- Cómo llevar a cabo pruebas confiables para identificar problemas potenciales con el diseño de una página de Internet y el comportamiento de la audiencia desde la perspectiva del usuario.

CONTENIDO

1. Principios de metodologías de investigación y métodos experimentales
2. Desarrollo de audiencias
 - a. Cómo descubrir, retener y alcanzar a tu audiencia online
 - b. Generaciones: Millennials, GenZ, etc
 - c. Social listening
3. SEO: Determinar a quién quieres dirigir el mensaje en las redes sociales y cómo hacerlo utilizando herramientas de optimización.
4. Realizar encuestas online
 - a. Estrategias
 - b. Retos
 - c. Herramientas para móvil y desktop
5. Analítica Web: Medir, recopilar analizar y reportes de datos de Internet con el propósito de entender y optimizar el uso de páginas de la web.
6. UX- Experiencia del Usuario: Crear procedimientos confiables de pruebas para descubrir problemas potenciales con el diseño de una página web y el comportamiento de la audiencia desde el punto de vista de usuario.
7. Tecnologías de rastreo
 - a. Eye tracking
 - b. Click tracking
8. Crowdsourcing: Comunidades como herramienta online para ayudar y crear cambio y que es posible medir.
9. Uso de móvil: Aplicaciones y páginas móviles y cómo se diferencian en uso y análisis
10. Big Data: Qué es y qué significa para las compañías y su audiencia
11. Seguridad, privacidad y aspectos éticos de recopilación de datos online.

METODOLOGÍA

- Lecturas asignadas
- Trabajos especiales

- Análisis y discusión de casos
- Reflexión personal
- Dinámicas de grupo
- Películas/documentales
- Noticias
- Artículos de actualidad
- Conferenciantes invitados
- Conferencias grabadas y discusión sobre las mismas en foros virtuales, debates, coloquios o paneles

EVALUACIÓN

Preparación, participación y discusión en clase	25%
Examen Parcial	20%
Reflexiones personales (2)	20%
Proyecto final de creación de campañas pagas	35%
Total	100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Ensayo reflexivo
Trabajo individual

TEXTOS

Debido a los constantes cambios en la tecnología y medios digitales, se reemplazará el libro por lecturas semanales las cuales son responsabilidad del estudiante completar antes de cada clase. No habrá libro de texto asignado para este curso.

BIBLIOGRAFÍA

Freberg, K. (2018), *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. (1st ed.), SAGE Publications Ltd.

Wellman, B. (2017), *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, (1st ed.), SAGE Publications Ltd

ENLACES CIBERNÉTICOS

<http://www.fastcompany.com/home.html>

<http://www.forbes.com/>

<https://knowledge.wharton.upenn.edu/>

<http://www.marketingprofs.com/>

<https://moz.com/>

<http://searchengineland.com/>

<http://searchenginewatch.com/>

<http://www.socialmediatoday.com/>

<http://www.socialmediaexaminer.com/>

<https://unbounce.com/>

<http://www.wired.com/>

ACOMODO RAZONABLE

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Estudiantiles:

- Estudiante participante del Programa de Apoyo al Estudiante (PAE) solicitará el servicio en las oficinas del Programa.
- Estudiante que no participa del Programa de Apoyo al Estudiante (PAE) solicitará el servicio en el Centro de Bienestar Integral.

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente.

POLÍTICA DE INTEGRIDAD ACADÉMICA:

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.