

Curso

**ANALÍTICA
CUALITATIVA
DIGITAL
Y ESCUCHA DE REDES
SOCIALES**

Modalidad virtual

Programa de Extensión y Educación Continua
Facultad Ciencias Humanas
Sede Bogotá



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

ACERCA DEL CURSO

El Análisis de Datos (Data Analysis, o DA) es la ciencia que examina datos brutos con el objetivo de sacar conclusiones sobre la información y aportar en las decisiones estratégicas. La analítica de datos se centra en la inferencia, el proceso de derivar una conclusión estratégica de mercado a partir de la organización rigurosa de la información. Este curso forma al profesional en el análisis de datos no estructurados, en modo offline y online (redes sociales y web), con software licenciado y libre, que permita generar conclusiones y decisiones para las organizaciones con datos que no necesariamente se encuentren estructurados, tales como comentarios en redes sociales, reviews, opiniones en websites, etc.

OBJETIVOS

- Resaltar la importancia del uso y dominio del análisis cualitativo de datos e información (online y offline).
- Introducir al profesional en la conversión de la analítica de datos en insights de investigación.
- Formar al profesional en algunos procesos de la escucha cualitativa en redes sociales.
- Introducir al estudiante en el análisis cualitativo de datos digitales.

DIRIGIDO A

Profesionales, técnicos o personas interesadas en el análisis de información online y offline y monitoreo de redes sociales, de carreras de ciencias humanas, económicas, administrativas, comunicación, política, mercadeo, publicidad, ciencias exactas; que trabajen o estén interesadas en las áreas de análisis de la comunicación, investigación social, mercadeo, negocios, análisis de datos, estrategia, gerencia, comercial, ventas, RSE, reputación, entre otros relacionados.

GENERALIDADES



DURACIÓN

32
HORAS

Modalidad virtual
Sincrónico (clases en vivo)



HORARIO

Sábados
8:00 a 12:00 am



CERTIFICACIÓN

Mínimo 80% de asistencia
a las clases en vivo

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Fuentes de datos cualitativos.

Presenciales (entrevistas, focus group, etnográficos) y digitales (reviews, multimedia, comentarios en redes, hashtags).

2. NVIVO Media y NVIVO Capture

Análisis del discurso en redes sociales y sitios web.

3. Codificación en NVIVO.

Análisis de salidas de datos usando Nvivo

4. Social Listening 1

Análisis online de comentarios, hashtags y multimedia en redes sociales: la búsqueda de información.

5. Social Listening 2

Salidas e interpretación de datos en redes sociales.

6. Introducción a la codificación en R y Python.

7. Minería de texto con R y Python.

8. Análisis de Sentimiento con R y Python.

DOCENTES



Herbert Jair Bermúdez Sosa

Psicólogo de la Universidad Nacional de Colombia, Magíster y candidato PHD en administración Universidad Nacional de Colombia, experiencia investigativa de doce años en las áreas organizacional y de mercados. Experiencia docente de seis años como catedrático en las áreas de Inteligencia de mercados, Comportamiento del Consumidor, y métricas. Experto en SPSS y NVIVO. Diez años de experiencia laboral como consultor e investigador en múltiples organizaciones nacionales y multinacionales para estudios en todas las dimensiones.

Martha Lucía Gómez Parra

Administradora financiera, especialista y magíster en gerencia de proyectos de la Universidad del Tolima, maestrante en administración de empresas Universidad Nacional de Colombia. experiencia de 8 años en proyectos de investigación cuantitativa y cualitativa de mercados. Experta en análisis de reputación corporativa, análisis de mrca y consumidores. Gerente de proyectos y experta en metodologías ágiles (SCRUM) en inteligencia de negocios y mercadeo.



ENCUÉNTRANOS EN:



El Programa de Extensión y Educación Continua se reserva el derecho a cancelar el curso o diplomado en caso de no alcanzar el número mínimo de inscritos. Consulta la política de devoluciones.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA