

CURSO

Imersão: Gestão de Audiência e Predictive Analytics

DESCRIÇÃO

A imensa quantidade de pessoas que transita pelas redes digitais a cada segundo cria um cenário desafiador e de oportunidades para a publicidade digital. O volume de dados sobre essa audiência, somado à variedade e à velocidade com que esses dados circulam no ambiente online, tornam a compreensão desse público uma atividade bastante complexa. Partindo dessa perspectiva, este curso oferece uma imersão no processo de pesquisa que envolve o desafio de transformar dados em informação sobre as audiências com as quais lidamos no cenário de mídia programática. Apresentamos algumas ferramentas e noções de análise quantitativa a fim de delinear os caminhos possíveis para um entendimento mais claro do comportamento da audiência a partir do mapeamento de perfis de usuários, o que leva a uma comunicação mais eficiente. O objetivo do curso é desenvolver uma compreensão a respeito do universo que envolve a gestão de audiências em mídia programática e fornecer instrumental analítico para pensar a construção de metodologias de predição e estratégias que visem uma maior assertividade na entrega de mídia.

CARGA HORÁRIA

4 Horas

Conteúdo:

- 1 - A audiência no cenário programático
- Tipos de audiência: first party, second party, third party
- A importância da atividade de pesquisa para a compreensão da audiência: data mining

2 - Coleta de dados

- Planejando a pesquisa: identificação de hipóteses e variáveis
- Web crawlers, Analytics e DMPs

3 - Análise dos dados: algumas noções de estatística

- Medidas descritivas
- Modelos de probabilidade
- Inferência estatística: correlação e regressão

DOCENTE

Júnia Ortiz

Analista de Business Intelligence da Zygon, PhD em comunicação pela Universidade Federal da Bahia e Fulbright Alumna no Comparative Media Studies - Massachusetts Institute of Technology (MIT).