



El componente formativo Métricas de impacto en la gestión comercial digital, explora la creciente relevancia del *marketing* digital, una estrategia que ha integrado diversas disciplinas como el mercadeo, la tecnología, la psicología y la economía. Este enfoque multidisciplinario ha dado lugar al desarrollo de herramientas tecnológicas y *software* estadístico, que permiten un seguimiento preciso de procesos clave. Se abordan especialmente las plataformas especializadas para realizar mediciones en redes sociales, evaluando así el impacto de la marca o el producto en el público. Este componente formativo busca proporcionar una comprensión integral de las métricas de impacto y su aplicación en la gestión comercial digital.

