



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

estudiantes de Publicidad o Marketing y a profesionales que necesitan aprender las herramientas de medición y análisis.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos básicos en internet.

Analítica Web

La recogida y tratamiento de datos sobre el comportamiento de los usuarios de sitios web permite a las empresas disponer de una información esencial para la toma de decisiones. El **análisis de datos** como el tráfico, páginas vistas, demografía, páginas de entrada/salida o porcentaje de rebote permite optimizar las inversiones y se ha convertido en un área clave dentro de los departamentos de marketing.

El Curso de **Analítica Web** está dirigido a estudiantes de **Publicidad** o **Marketing** y a profesionales que necesitan aprender las **herramientas de medición y análisis** más extendidas – Google Analytics – para recopilar, medir y evaluar los datos obtenidos sobre el comportamiento de los usuarios de sitios web.

La analítica web es la piedra angular del marketing digital para poder desempeñar un buen trabajo en cualquiera de sus profesiones. Aprenderás mediante la metodología del “caso” y ejercicios prácticos tanto los conceptos como a usar la herramienta de **Google Analytics**. Aprenderás a configurar la herramienta, **identificar KPIs de negocio**, escoger las métricas necesarias y hacer un panel de seguimiento del comportamiento web de tu empresa/proyecto.

Proporcionarte la formación necesaria para que puedas dominar las herramientas de analítica web más utilizadas en el mercado y puedas crear informes destinados a optimizar el uso de sitios web. Aprenderás a manejar Google Analytics, identificar las **fases de Captación, Engagement, Conversión y Retención, trabajar con KPIs** ligados al modelo de negocio y a interpretar los datos de la herramienta a través de ejercicios de analítica web.



Lydia Calero

¿Qué es la Analítica Web?

Usos en entornos online y empresa. ¿Para qué sirve?. Interpretación de datos. Introducción Google Analytics. Configuración de Google Analytics. Ejercicios Prácticos.

Objetivos y KPIs

Definición y tipos de KPIs por modelos de negocio. ¿Son todos iguales? Familiarización con los módulos de Google Analytics y su aprendizaje. Ejercicios Prácticos.

Análisis

Análisis de la información y datos. Conceptos y Métricas. Identificación e interpretación de un panel de datos. Ejercicios Prácticos.

Segmentación

Segmentación de la Audiencia. Cómo y para qué. Segmentos Avanzados. Ejercicios Prácticos.

Audiencia

¿Quiénes y cómo son nuestra audiencia? Sesiones y Usuarios. Cómo es la audiencia de nuestra web. Ubicación geográfica. Ejercicios Prácticos.

Adquisición

¿De dónde viene nuestro tráfico? Fuentes de Tráfico & Conversiones. Canales & Integración Search Console. Social & Campañas. Ejercicios Prácticos.

Comportamiento

¿Qué consume nuestra audiencia? Métricas ligadas a Contenido. Ejercicios Prácticos.

Conversiones

¿Has conseguido los Objetivos marcados? Configuración y planificación de objetivos web. Cómo llevarlos a la práctica. Tasas de Conversión.

Reporting

Paneles de Métricas. Elección Correcta de Métricas. Implementación técnica de herramientas de medición. Creación de cuenta en Google Analytics (Universal Analytics , Analytics 4) y Google Tag Manager y configuración en una web de prácticas.

Se hará una enseñanza dual de Analytics en las dos versiones vigentes en 2021: Universal y Analytics 4. El alumno aprenderá a implementar y analizar ambas.



Lydia Calero