



**Curso Presencial. Analítica Web en el
sector Comercio (COMM124PO)**



Working

Formación Integral S.L.

www.workingformacion.com

OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos de analítica web, para poder definir las estrategias más adecuadas.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB.

1. ¿Qué es la analítica web?
2. Justificación de la analítica web.
3. ¿Qué hacen los usuarios en mi sitio web?
4. ¿Cómo obtenemos los datos?
5. Herramientas más utilizadas (comparativa)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS Y KPIS DE UN SITIO WEB.

1. Los objetivos de un sitio web.
2. ¿Qué es un KPI?
3. ¿Cómo identificar los KPI más adecuados?
4. Ejemplos de KPIS.
5. Presentación de los cuadros de mando.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS MÉTRICAS E INFORMES PRINCIPALES

1. Los elementos de la interfaz.
2. Informes útiles.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRÁCTICA Y PRINCIPIOS DE GOOGLE ANALYTICS.

1. Dar de alta un web en el que trabajar (propiedad web)
2. Los perfiles en Google Analytics.
3. Instalación del código de seguimiento.
4. La pestaña de activos.

5. Objetivos en Google Analytics.
6. Los usuarios en Google Analytics.
7. Filtros en Google Analytics.
8. Google Analytics y las redes sociales.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HERRAMIENTAS Y METODOLOGÍA DE OPTIMIZACIÓN WEB.

1. ¿Qué es optimizar una web?
2. La herramienta.
3. Metodología de trabajo.
4. Otras vías de optimización.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN Y MEDIACIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING.

1. La forma de obtener datos.
2. El código de seguimiento.
3. Actividad de los usuarios atraídos por la campaña.
4. Campañas y objetivos.
5. Parámetros de una campaña en Google Analytics.
6. Dar de alta una campaña.
7. Campañas de Adwords.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EMBUDOS DE CONVERSIÓN.

1. Definición.
2. Formas del embudo.
3. Construcción de un embudo.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CUADROS DE MANDO

1. Cuadros de mando.
2. Elaborar un cuadro de mando.
3. Conclusiones.
4. Herramientas útiles.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. AUDITORÍAS DE LOS MÉTODOS DE TRAQUEO.

1. ¿Qué es web Analytics?
2. ¿Cómo funcionan?
3. Consideraciones de una instalación típica de Google Analytics.
4. Buenas prácticas de instalación y operación de Google Analytics.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS A GOOGLE ANALYTICS.

1. Herramientas: Piwik. Clicky. WebCEO. Mixpanel. Foxmetrics. Open Web Analytics. Kissmetrics. InboundWriter . CrazyEgg. AWstats y otras alternativas.

MODALIDAD

METODOLOGÍA

Presencial en las aulas de Working Formación Integral

<http://workingformacion.com>

DURACIÓN

50 horas

IMPARTIDO POR

Tutor experto en la materia. Contará con apoyo a través de nuestra plataforma en todo momento.

Al finalizar el curso se hará entrega de un
DIPLOMA HOMOLOGADO





Working

Formación Integral S.L.

Paseo Rosales 32, local 9 50008 Zaragoza
976 242 109 - info@workingformacion.com

www.workingformacion.com

