

IFCM001PO. Analítica Web

Horas

15

Acercas de este curso

Cod: PA52

- **Unidad 1. Concepto y uso de la analítica web**

- Internet: definición e historia
- Servicios, usos y tecnologías de Internet
- ¿Cómo funciona la Web?
- La web y el análisis web
- ¿Qué es y para qué sirve la analítica web?
- Conceptos básicos

- **Unidad 2. Tráfico y audiencia**

- Aspectos generales
 - Función de la analítica web
 - Formas de analítica web
 - Beneficios de la analítica web
 - Madurez de la analítica web
- Magnitudes relevantes
 - Análisis de estadísticas y tráfico de usuarios
 - Métricas y tasas
- Seguimiento y conocimiento del negocio
 - Definir los objetivos de negocio
 - Seguimiento e interpretación de resultados
 - Cómo realizar un cuadro de mando
 - Medición de ventas (conversiones), transacciones (leads, solicitudes, acciones)
 - Segmentación de usuarios
 - Informes a medida
 - Medición de campañas de publicidad
 - Aspectos generales
 - La publicidad online
 - Campañas de publicidad y analítica web
 - Las fuentes de una campaña online
 - Métricas para una campaña online
 - Medición del posicionamiento en buscadores
 - Definiciones y diferencias entre el SEO y el SEM
 - ¿Por qué es importante el posicionamiento para un sitio web?
 - El SEO y la analítica web

- Cómo medir el posicionamiento del sitio web
- Optimización y rendimiento de la web

- **Unidad 3. Herramientas de analítica web**

- Google Analytics
 - Introducción
 - ¿Cómo utilizar Google Analytics?
 - Principales funcionalidades de Google Analytics
 - Información sobre las visitas de los usuarios
 - Origen del tráfico
 - Contenido del sitio
 - Objetivos
- Yahoo! Web Analytics
- Bing Webmaster Tools
 - Introducción
 - Comenzando con BWT
 - Pestaña Informes y Datos
 - Pestaña Diagnóstico y Herramientas
- Otras herramientas gratuitas
- Herramientas de pago

¿Qué aprenderás?

- Comprender qué es la Web y qué es un sitio web.
- Conocer la definición de “Analítica Web” y su contexto en las organizaciones.
- Conocer los conceptos básicos y aspectos generales de la Analítica Web.
- Clasificar las métricas básicas y las tasas o ratios.
- Conocer las principales herramientas de análisis web del mercado.
- Identificar tipos de herramientas en función del proceso que se vaya a realizar y poder profundizar en el detalle de las herramientas.