

## IFCM001PO. Analítica Web

**Código del curso:** PA52

**Horas:** 15

### **Descripción del curso:**

Acerca 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.