

DESCRIPCIÓN

Objetivos:

- Identificar las herramientas y variables de analítica web para obtener resultados acerca de la información y los comportamientos que aporta el rastro de los usuarios en la web y web 2.0, y así establecer a tiempo correcciones y decisiones sobre todo lo que influye en el modelo de presencia online de una empresa, introduciendo mejoras en las acciones estratégicas de marketing.
- Conocer en qué consiste la analítica web, sus utilidades de cara a la empresa y cómo utilizarla en una empresa de tamaño medio o pequeño.
- Estar al tanto en qué consiste la técnica de captación de clientes denominada performance marketing, así como sus utilidades de cara a la empresa.
- Saber utilizar la técnica de captación de clientes en una empresa de tamaño medio o pequeño.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

Requisitos de acceso:

- No se establecen requisitos de acceso previos

Requisitos para obtener la titulación:

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Completar el 100% de las autoevaluaciones

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 30 h

Plazo máximo de realización: 28 días



Titulación Otorgada

Analítica Web para medir resultados de Marketing



Título emitido por

Intedya
International Dynamic Advisors



Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 30 h

Plazo máximo de realización: 28 días



Titulación Otorgada

Analítica Web para medir resultados de Marketing



Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final



Título emitido por

 **Intedya**
International Dynamic Advisors

TEMARIO

Introducción a la analítica web

Por qué es necesaria la analítica web

Analítica web 2.0.

Qué necesitamos para hacer analítica web

Pasos recomendados al iniciar la realización de una analítica web

Performance marketing

Ventajas que nos ofrece el performance marketing

La evolución del marketing online: branding versus performance

Evolución hacia el marketing de afiliados

La toma de decisiones basadas en datos

Tenemos que dejar de hacer reporting y hacer análisis

Consejos para realizar analítica web

La analítica web y el e-mail marketing deben complementarse

Analítica web, SEM y SEO

La planificación de medios

Analítica y los programas de afiliación

Web 2.0, la analítica debe ir más allá de la web

Análisis del buzz marketing

Reputación online

Usabilidad y diseño de interacción en la web

A/B Multivariate Testing

Las landing pages

Cómo llevamos a cabo un experimento

Cómo funciona el A/B Testing

Google Analytics y otras herramientas

Google Analytics

Google Optimizer

Medición y optimización de los procesos de nuestra web

Métricas en internet

La tasa de conversión es la medida estratégica de nuestro rendimiento

La tasa o porcentaje de rebote

¿Cuáles son las KPI idóneas en función de los objetivos de nuestro site?

Métricas complementarias a la tasa de conversión

Primeros puntos a analizar respecto a nuestra web

Algunas recomendaciones para mejorar la conversión