



GOOGLE ANALYTICS

Sku: 306EC

Horas: 150

OBJETIVOS

Conocer la analítica web. Aprender a optimizar campañas y páginas web. Obtener información sobre el comportamiento de los usuarios. Crear y analizar informes de trabajo de Google Analytics. Utilizar herramientas de monitorización. Evaluar el posicionamiento de una marca. Conocer Google Analytics: visión general, funciones básicas, personalización. Conocer las distintas aplicaciones web: Facebook, Twitter, Blogs y Youtube.

CONTENIDOS

Tema 1. ¿Qué es la analítica web?. ¿Qué es la analítica web?. Teoría sobre analítica web. El analista web. Herramientas de analítica web. Fases del proceso analítico. Tema 2. Analítica web para la optimización de campañas y canal web. Analítica y optimización web. Analítica: optimización de sitios web y de campañas. Pasos para optimizar la web. Elementos clave de una página web para mejorar la conversión. Herramientas de optimización web. Tema 3. Google Analytics. Parte 1: visión general. Las principales dudas de que surgen al inicio en analítica online. Principios para el uso de métricas en Google Analytics. La importancia de conseguir que visiten nuestras páginas. Tema 4. Google Analytics. Parte 2: uso de la herramienta. Primeros pasos y gestión del alta. Nociones básicas. Lo que debes saber para empezar a visualizar informes. Tema 5. Introducción a la Analítica en la web 2.0. Introducción a la analítica web 2.0. Introducción a las métricas. Los indicadores clave del rendimiento (kpi). Tema 6. El marco de la analítica web. Analítica web. El análisis del tráfico web. Las fases del proceso analítico. El marco legal de la analítica web. Analítica web y big data. Tema 7. Introducción al Google Analytics. ¿Qué es Google Analytics?. Empezando a usar Analytics. Google Tag Manager. Tema 8. Uso avanzado de Google Analytics. Los informes de Analytics. La importancia del comportamiento de usuario. La personalización de Analytics. Versiones Mobile de Analytics. Tema 9. Otras herramientas de analítica web. Analítica y web 2.0. Analítica 2.0 más allá de Analytics. La analítica en social media.