INESEM

BUSINESS SCHOOL

Master en Analítica Web y Big Data

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Master en Analítica Web y Big Data

duración total: 1.500 horas ***horas teleformación:*** 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

En un entorno cada vez más complejo y saturado de información, el análisis y tratamiento de los datos se vuelve esencial en la toma de decisiones acertadas dentro de cada empresa. El Master en Analítica Web Y Big Data es el acceso que necesitas para formar parte de los profesionales del análisis web y el Big Data, que a día de hoy, se están convirtiendo en los asesores analíticos de las directivas. Analiza y utiliza los datos, el poder empresarial del futuro está en la información.
Con este Master en Analítica Web y Big Data obtendrás la formación necesaria para realizar recopilación y análisis de datos masivos gracias al Big Data y dominar herramientas de analítica web, tales como Google Analytics, Google Adwords, Google Tag Manager y Google Data Studio, con las que podrás planificar, ejecutar y evaluar estrategias, SEO, SEM y CRO en entornos de e-commerce. Además, serás capaz de llevar a cabo análisis más profundos de todos los datos obtenidos gracias al uso de BigQuery, Python y R.
Durante la realización del máster contarás con un equipo de profesionales especializados en la materia que te ayudarán en todo momento y gracias a las prácticas garantizadas en empresas punteras dentro del sector podrás acceder a un mercado laboral con gran auge y futuro.

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Entender la importancia del Big Data y su aplicación a la analítica web.
- Diseñar e implementar estrategias de marketing digital en base al Big Data.
- Utilizar las herramientas Google Ads y Google Analytics, clave en la analítica web.
- Mejorar las estrategias utilizadas gracias a Google Tag Manager y Google Data Studio.
- Llevar a cabo análisis de datos a gran escala con el uso de Google Analytics 360 y BigQuery.
- Saber aplicar programación de datos estadísticos gracias al uso de los lenguajes Python y R.

para qué te prepara

Con este Master en Analítica Web y Big Data obtendrás la formación necesaria para realizar recopilación y análisis de datos masivos gracias al Big Data y dominar herramientas de analítica web, tales como Google Analytics, Google Adwords, Google Tag Manager y Google Data Studio, con las que podrás planificar, ejecutar y evaluar estrategias, SEO, SEM y CRO en entornos de e-commerce. Además, serás capaz de llevar a cabo análisis más profundos de todos los datos obtenidos gracias al uso de BigQuery, Python y R.

salidas laborales

Con el Master en Analítica Web y Big Data despuntarás entre los profesionales del sector, pudiendo desempeñar puestos de responsabilidad diferenciados como Científico de datos, Arquitecto de soluciones Big Data, Experto analista web, Digital Analyst, Traffic Manager o Lider de proyectos Big Data.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

INESEM Instituto Europeo de Estudios Empresariales

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

Centro de Formación Superior de POSTGRADO INESEM

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La direccion General | **Firma del alumno/a**

MARIA MORENO HIDALGO | **Sello** | NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Social Media Management'
- Manual teórico 'SEM-Google Ads'
- Manual teórico 'Analítica Web con Google Analytics, Google Tag Manager y Looker Studio'
- Manual teórico 'Predictive Data Analitytics: Data Mining y Machine Learning'
- Manual teórico 'Data Analyst. Vol I'
- Manual teórico 'Data Analyst. Vol II'
- Manual teórico 'Adobe Analytics'
- Manual teórico 'Posicionamiento Web'
- Manual teórico 'Analítica Web y Big Data'
- Manual teórico 'Big Data Introduction'

Cuaderno
de Ejercicios
Manual
de Alumno
INESEM
FORMACIÓN
CONTINUA.EU

profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación

plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. BIG DATA INTRODUCTION

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL BIG DATA

1.¿Qué es Big Data?
2.La era de las grandes cantidades de información. Historia del big data
3.La importancia de almacenar y extraer información
4.Big Data enfocado a los negocios
5.Open Data
6.Información pública
7.IoT (Internet of Things-Internet de las cosas)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUENTES DE DATOS

1.Definición y relevancia de la selección de las fuentes de datos
2.Naturaleza de las fuentes de datos Big Data

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OPEN DATA

1.Definición, Beneficios y Características
2.Ejemplo de uso de Open Data

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASES DE UN PROYECTO DE BIG DATA

1.Diagnóstico inicial
2.Diseño del proyecto
3.Proceso de implementación
4.Monitorización y control del proyecto
5.Responsable y recursos disponibles
6.Calendarización
7.Alcance y valoración económica del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BUSINESS INTELLIGENCE Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

1.Definiendo el concepto de Business Intelligence y sociedad de la información
2.Arquitectura de una solución de Business Intelligence
3.Business Intelligence en los departamentos de la empresa
4.Conceptos de Plan Director, Plan Estratégico y Plan de Operativa Anual
5.Sistemas operacionales y Procesos ETL en un sistema de BI
6.Ventajas y Factores de Riesgos del Business Intelligence

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES PRODUCTOS DE BUSINESS INTELLIGENCE

1.Cuadros de Mando Integrales (CMI)
2.Sistemas de Soporte a la Decisión (DSS)
3.Sistemas de Información Ejecutiva (EIS)

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BIG DATA Y MARKETING

1.Apoyo del Big Data en el proceso de toma de decisiones
2.Toma de decisiones operativas
3.Marketing estratégico y Big Data
4.Nuevas tendencias en management

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DEL BIG DATA AL LINKED OPEN DATA

1.Concepto de web semántica
2.Linked Data Vs Big Data
3.Lenguaje de consulta SPARQL

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTERNET DE LAS COSAS

1.Contexto Internet de las Cosas (IoT)
2.¿Qué es IoT?
3.Elementos que componen el ecosistema IoT
4.Arquitectura IoT

5.Dispositivos y elementos empleados
6.Ejemplos de uso
7.Retos y líneas de trabajo futuras

MÓDULO 2. DATA ANALYST

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DATAMART. CONCEPTO DE BASE DE DATOS DEPARTAMENTAL

1.Aproximación al concepto de DataMart
2.Procesos de extracción, transformación y carga de datos (ETL)
3.Data Warehouse
4.Herramientas de Explotación
5.Herramientas para el desarrollo de cubos OLAP

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DATAWAREHOUSE O ALMACÉN DE DATOS CORPORATIVOS

1.Visión General. ¿Por qué DataWarehouse?
2.Estructura y Construcción
3.Fases de implantación
4.Características
5.Data Warehouse en la nube

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTELIGENCIA DE NEGOCIO Y HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA

1.Tipos de herramientas para BI
2.Productos comerciales para BI
3.Productos Open Source para BI
4.Beneficios de las herramientas de BI

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTA POWERBI

1.Business Intelligence en Excel
2.Herramienta PowerBI

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HERRAMIENTA TABLEAU

1.Herramienta Tableau

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTA QLIKVIEW

1.Instalación y arquitectura
2.Carga de datos
3.Informes
4.Transformación y modelo de datos
5.Análisis de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BASES DE DATOS NOSQL Y EL ALMACENAMIENTO ESCALABLE

1.¿Qué es una base de datos NoSQL?
2.Bases de datos Relaciones Vs Bases de datos NoSQL
3.Tipo de Bases de datos NoSQL. Teorema de CAP
4.Sistemas de Bases de datos NoSQL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A UN SISTEMA DE BASES DE DATOS NOSQL. MONGODB

1.¿Qué es MongoDB?
2.Funcionamiento y uso de MongoDB
3.Primeros pasos con MongoDB. Instalación y shell de comandos
4.Creando nuestra primera Base de Datos NoSQL.Modelo e Inserción de Datos
5.Actualización de datos en MongoDB. Sentencias set y update
6.Trabajando con índices en MongoDB para optimización de datos
7.Consulta de datos en MongoDB

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PYTHON Y EL ANÁLISIS DE DATOS

1.Introducción a Python
2.¿Qué necesitas?
3.Librerías para el análisis de datos en Python
4.MongoDB, Hadoop y Python. Dream Team del Big Data

UNIDAD DIDÁCTICA 10. R COMO HERRAMIENTA PARA BIG DATA

1.Introducción a R
2.¿Qué necesitas?
3.Tipos de datos
4.Estadística Descriptiva y Predictiva con R
5.Integración de R en Hadoop

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PRE-PROCESAMIENTO & PROCESAMIENTO DE DATOS

1.Obtención y limpieza de los datos (ETL)
2.Inferencia estadística
3.Modelos de regresión
4.Pruebas de hipótesis

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ANÁLISIS DE LOS DATOS

1.Inteligencia Analítica de negocios
2.La teoría de grafos y el análisis de redes sociales
3.Presentación de resultados

MÓDULO 3. PREDICTIVE DATA ANALYTICS: DATA MINING Y MACHINE LEARNING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MINERÍA DE DATOS O DATA MINING Y EL APRENDIZAJE AUTOMÁTICO

1.Introducción a la minería de datos y el aprendizaje automático
2.Proceso KDD
3.Modelos y Técnicas de Data Mining
4.Áreas de aplicación
5.Minería de textos y Web Mining
6.Data mining y marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ECOSISTEMA HADOOP

1.¿Qué es Hadoop? Relación con Big Data
2.Instalación y configuración de insfraestructura y ecosistema Hadoop
3.Sistema de archivos HDFS
4.MapReduce con Hadoop
5.Apache Hive
6.Apache Hue
7.Apache Spark

UNIDAD DIDÁCTICA 3. WEKA Y DATA MINING

1.¿Qué es Weka?
2.Técnicas de Data Mining en Weka
3.Interfaces de Weka
4.Selección de atributos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN AL MACHINE LEARNING

1.Introducción
2.Clasificación de algoritmos de aprendizaje automático
3.Ejemplos de aprendizaje automático
4.Diferencias entre el aprendizaje automático y el aprendizaje profundo
5.Tipos de algoritmos de aprendizaje automático
6.El futuro del aprendizaje automático

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EXTRACCIÓN DE ESTRUCTURA DE LOS DATOS: CLUSTERING

1.Introducción
2.Algoritmos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMAS DE RECOMENDACIÓN

1.Introducción
2.Filtrado colaborativo
3.Clusterización

4.Sistemas de recomendación híbridos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CLASIFICACIÓN

1.Clasificadores
2.Algoritmos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES NEURONALES Y DEEP LEARNING

1.Componentes
2.Aprendizaje

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SISTEMAS DE ELECCIÓN

1.Introducción
2.El proceso de paso de DSS a IDSS
3.Casos de aplicación

MÓDULO 4. POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO

1.Importancia del SEO
2.Funcionamiento de los buscadores
3.Google: algoritmos y actualizaciones
4.Cómo salir de una penalización en Google
5.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM

1.Introducción al SEM
2.Principales conceptos de SEM
3.Sistema de pujas y calidad del anuncio
4.Primer contacto con Google Ads
5.Creación de anuncios de calidad
6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1.Qué es un CMS
2.Ventajas e inconvenientes de los CMS
3.Wordpress y Woocommerce
4.Prestashop y Magento

MÓDULO 5. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1.Concepto y evolución del Social Media
2.Tipos de redes sociales
3.La importancia actual del social media
4.Prosumer
5.Contenido de valor
6.Marketing viral
7.La figura del Community Manager
8.Social Media Plan
9.Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1.Primero pasos con Facebook
2.Facebook para empresas
3.Configuración de la Fanpage
4.Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5.Tipo de publicaciones
6.Creación de eventos
7.Facebook Marketplace
8.Administración de la página

9.Facebook Insights
10.Centro de cuentas, Facebook Business Suite, Facebook Business Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1.Introducción a Instagram
2.Instagram para empresas
3.Creación de contenido
4.Uso de Hashtags
5.Instagram Stories
6.Herramientas creativas
7.Colaboración con influencers
8.Principales estadísticas
9.Actualiaciones de instagram
10.Funcionalidades de la versión de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE X CORP

1.Introducción a X Corp.
2.Elementos básicos de X Corp.
3.X Corp para empresas
4.Servicio de atención al cliente a través de X Corp.
5.Contenidos
6.Uso de Hashtags y Trending Topic
7.X Corp. Analytics
8.TweetDeck
9.Audiense
10.Hootsuite
11.11. Funcionalidades de la versión premium

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1.Introducción a LinkedIn
2.LinkedIn para empresas
3.Creación de perfil y optimización
4.Grupos
5.SEO para LinkedIn
6.Analítica en LinkedIn
7.LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1.Introducción a Youtube
2.Vídeo Marketing
3.Crear una canal de empresa
4.Optimización del canal
5.Creación de contenidos
6.Gestión de comentarios
7.Youtube Analytics
8.Youtube vs Vimeo
9.Keyword Tool
10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

1.Introducción a Twitch
2.El éxito de Twitch
3.Generar suscriptores en Twitch
4.Contenidos y recomendaciones
5.Twitch e influencers
6.Streamlabs

7.Publicidad en Twitch
8.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

1.¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2.Creación de contenido en TikTok
3.Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges…)
4.El papel del marketing en Tiktok
5.Tiktok e influencers
6.Tiktok Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1.Introducción a Facebook Ads
2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3.Segmentación: públicos
4.Presupuesto
5.Formatos de anuncios
6.Ubicaciones
7.Administrador de anuncios
8.Seguimiento y optimización de anuncios
9.Pixel de Facebook
10.Cómo gestionar publicidad de Instagram desde el administrador de anuncios de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- X CORP. ADS

1.Objetivos publicitarios
2.Audiencias en X Corp
3.Tipos de anuncios
4.Administrador de anuncios
5.Creación de campañas y optimización
6.X Corp. Cards
7.Instalación código de seguimiento
8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1.Introducción a LinkedIn Ads
2.Formatos de anuncios
3.Objetivos publicitarios
4.Creación de campañas
5.Segmentación
6.Presupuesto
7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1.Ventajas de la publicidad en Youtube
2.Youtube y Google Adwords
3.Tipos de anuncios en Youtube
4.Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5.Creación de anuncios desde Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TIKTOK ADS

1.Introducción a TikTok Ads Manager
2.Creación de una campaña de publicidad en TikTok
3.Tipos de contenidos y herramientas clave
4.Seguimiento y monitorización de los resultados

MÓDULO 6. ANALÍTICA WEB Y BIG DATA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES LA ANALÍTICA WEB?

1.Introducción

2.La Analítica Web. Un reto cultural
3.¿Qué puede hacer la analítica web por ti o tu empresa?
4.Glosario de Analítica Web

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANALÍTICA WEB BÁSICA. INTRODUCCIÓN

1.La analítica web en la actualidad
2.Definiendo la analítica web
3.El salto a la analítica web moderna

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUANTITATIVA

1.Identificar los factores críticos
2.Otros factores que convienen medir
3.Las macro y microconversiones
4.Medir el valor económico
5.Sitios sin comercio. Valores a medir
6.Medición de sitios B2B

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUALITATIVA

1.Introducción
2.La usabilidad Web
3.Pruebas Online y a Distancia
4.Las encuestas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN DE KPIS

1.Definición de KPIs
2.KPI, CSF y metas
3.Principales KPIS
4.Ejemplos de KPIS
5.Supuesto práctico. Cálculo de KPI con Excel

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CI. INTELIGENCIA COMPETITIVA

1.Introducción
2.Recopilar datos de Inteligencia Competitiva
3.Análisis del tráfico de sitios web
4.Búsquedas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANALÍTICA WEB 2.0. MÓVILES Y VÍDEOS

1.Introducción
2.La nueva web social y como medir datos
3.Las aplicaciones
4.Analizar el comportamiento desde el móvil
5.Analizar el rendimiento de los vídeos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA WEB 2.0. REDES SOCIALES

1.Análisis de Blogs
2.Coste y beneficios de escribir en un blog
3.Nuestro impacto en Twitter
4.Métricas para Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROBLEMAS Y SOLUCIONES DE LA ANALÍTICA WEB

1.La calidad de los datos
2.Obtener datos válidos
3.¿En qué basarnos para la toma de decisiones?
4.Beneficios de análisis multicanal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MÁS ALLÁ DE LOS DATOS

1.Segmentación en base al comportamiento
2.Predicción y minería de datos
3.Rumbo a la analítica inteligente

UNIDAD DIDÁCTICA 11. DEL BIG DATA AL LINKED OPEN DATA

+ Información Gratis

1.Concepto de web semántica
2.Linked Data Vs Big Data
3.Lenguaje de consulta SPARQL

MÓDULO 7. SEM- GOOGLE ADS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1.Ventajas de la publicidad online
2.¿Qué es Google Ads?
3.Fundamentos de Google Ads
4.Crear una cuenta en Google Ads
5.Campañas, grupos de anuncios y palabras clave
6.Planificador de palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PUBLICIDAD EN BÚSQUEDAS

1.Funcionamiento
2.Configuración campaña
3.Anuncios
4.Pujas y presupuestos
5.Administración, medición y supervisión de campañas
6.Optimización

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PUBLICIDAD EN DISPLAY

1.Introducción
2.Configuración campaña
3.Anuncios
4.Audiencias, segmentación y remarketing
5.Medición y optimización

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PUBLICIDAD PARA MÓVILES

1.Ventajas de la publicidad mobile
2.Pujas y segmentación
3.Anuncios
4.Medición

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD EN SHOPPING

1.Google Merchant Center
2.Campañas de shopping

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE COPYWRITING APLICADAS A CAMPAÑAS CON GOOGLE ADS

1.Copywriting y Google Ads
2.Copyqriting en publicidad de búsquedas
3.Copywriting en publicidad display
4.Copywriting en publicidad para móviles
5.Copywriting en publicidad shopping

MÓDULO 8. ANALÍTICA WEB CON GOOGLE ANALYTICS, GOOGLE TAG MANAGER Y LOOKER STUDIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANALÍTICA WEB CON GOOGLE ANALYTICS

1.Introducción a la analítica web
2.Funcionamiento Google Analytics
3.Introducción e instalación de Google Analytics
4.Interfaz
5.Métricas y dimensiones
6.Informes básicos
7.Informes personalizados
8.Comportamiento de los usuarios e interpretación de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GOOGLE ANALYTICS 4

+ Información Gratis

1.¿Qué es Google Analytics 4?
2.Diferencias con respecto a Universal Analytics
3.Implementación de Google Analytics 4
4.Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5.Los espacios de identidad
6.Ventajas de Google Analytics 4
7.Desventajas de Google Analytics 4

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECOGIDA DE DATOS

1.Planes de medición
2.Configuración de las vistas mediante filtros
3.Métricas y dimensiones personalizadas
4.Seguimiento de eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NAVEGACIÓN E INTERFAZ

1.Informes de visión general
2.informes completos
3.Compartir informes
4.Configuración paneles de control y accesos directos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INFORMES

1.Informes de Audiencia
2.Informes de Adquisición
3.Informes de Comportamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CAMPAÑAS Y CONVERSIONES

1.Campañas personalizadas
2.Realizar un seguimiento de las campañas con el Creador de URLs
3.Configuración y medición de objetivos
4.Cómo medir campañas de Google Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GOOGLE ANALYTICS 360

1.Analítica avanzada
2.Informes sin muestrear
3.Google BigQuery Export
4.Integraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GOOGLE TAG MANAGER

1.Concepto y características
2.Gestión de etiquetas
3.Activadores y gestión de variables
4.Implementación y eventos
5.Tracking

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LOOKER STUDIO (GOOGLE DATA STUDIO)

1.Visualización de datos
2.Tipologías de gráficos
3.Fuentes de datos
4.Integración con Analytics
5.Creación de informes

MÓDULO 9. ADOBE ANALYTICS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A ADOBE ANALYTICS

1.¿Qué es Adobe Analytics?
2.¿Qué podemos hacer con Adobe Analytics?
3.Principales diferencias respecto a Google Analytics
4.Conceptos Clave
5.Implementación de Adobe Analytics

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REPORTES Y ANALÍTICAS

+ Información Gratis

1.Algunas singularidades previas de Adobe Analytics que el analista debe conocer
2.Dimensiones comunes
3.Métricas comunes
4.Segmentación y grupos de informes virtuales
5.Informes en tiempo real
6.Los canales de marketing
7.Importación de informes de Google Analytics a Adobe Analytics

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUNCIONAMIENTO DE ADOBE ANALYTICS

1.Analysis Workspace y la integración del Ad Hoc Analysis
2.Proyectos
3.Componentes
4.Visualizaciones
5.Paneles
6.Curar y compartir proyectos
7.Attribution IQ

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REPORTES

1.Introducción al Reports & Analytics
2.Tipos de informes
3.Personalización de informes
4.Report Builder
5.Activity Map

MÓDULO 10. PROYECTO FIN DE MÁSTER

+ Información Gratis