INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Publicidad Online y SEO: Adwords, SEMrush, SEO, SEM, Facebook Ads, Retargeting + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Máster en Publicidad Online y SEO: Adwords, SEMrush, SEO, SEM, Facebook Ads, Retargeting + Titulación Universitaria

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

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

En un mercado marcado por la digitalización y la competencia en línea, la publicidad online y el SEO se han convertido en habilidades cruciales. Nuestro Master en Publicidad Online y SEO ofrece una formación integral que abarca desde la gestión de campañas de marketing hasta las últimas técnicas de retargeting y analítica web. Con módulos dedicados a estrategias en Google AdWords, SEMrush, y Facebook Ads, los estudiantes se sumergirán en las tácticas que definen el éxito de cualquier negocio en la red.

Este programa también incluye conocimientos sobre marketing de afiliación y pone un énfasis particular en el aprovechamiento de las herramientas de marketing digital y posicionamiento web. Con una orientación que fusiona la teoría y aplicaciones prácticas contemporáneas, los participantes se prepararán para afrontar los desafíos actuales y futuros del marketing digital.

Al elegirnos, opta por un currículo diseñado para impartir conocimientos avanzados y aplicables, perfecto para aquellos que buscan liderar en el dinámico mundo del comercio electrónico y la publicidad en línea. Este master está pensado para ser flexible y accesible, ideal para profesionales que buscan adaptarse al constante cambio de la industria sin tener que sacrificar sus compromisos laborales o personales.

a quién va dirigido

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

objetivos

- Dominar Google AdWords.
- Gestionar eficazmente Facebook Ads.
- Usar SEMrush como experto.
- Implementar estrategias de SEO.
- Aplicar técnicas de SEM.
- Ejecutar campañas de retargeting.
- Analizar datos con analítica web.

para qué te prepara

Este curso Master en Publicidad Online y SEO te capacita en la planificación y ejecución de estrategias de marketing digital. Aprenderás a gestionar campañas publicitarias efectivas, utilizando plataformas como Google AdWords y Facebook Ads. Profundizarás en técnicas de SEO y SEM para mejorar el posicionamiento web, y manejarás herramientas avanzadas como SEMrush para análisis de mercado. Además, te familiarizarás con el marketing de afiliación y las tácticas de retargeting para recapturar audiencias. Con habilidades en analítica web, podrás medir y optimizar el rendimiento de tus acciones de marketing online.

+ Información Gratis

salidas laborales

El Master en Publicidad Online y SEO abre un amplio abanico de salidas laborales. Graduados podrían destacar como Gestores de Campañas en Google Ads, Analistas de SEO/SEM, Expertos en Facebook Ads y Retargeting, o como Estrategas de Marketing de Afiliación. Profundizan en Analítica Web y dominan herramientas como SEMrush, preparándose para liderar en Marketing Digital, optimizar la presencia online y maximizar el ROI en diversas plataformas publicitarias.

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).

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

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 'Marketing Digital'
- Manual teórico 'Analítica Web'
- Manual teórico 'Marketing Online y Posicionamiento Web'
- Manual teórico 'Gestión de Campañas de Marketing y Publicidad'
- Manual teórico 'Facebook Ads'
- Manual teórico 'Google Ads'

profesorado y servicio de tutorías

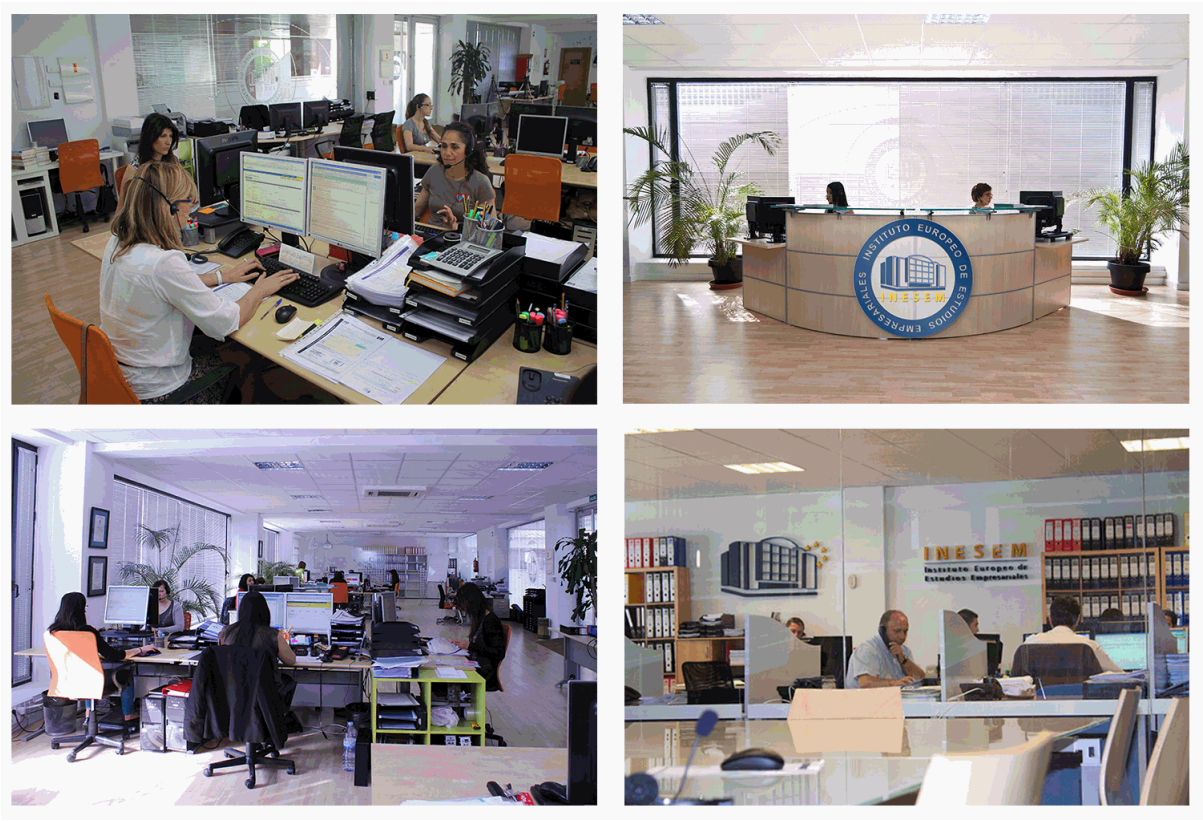
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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

PARTE 1. GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO 1. PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PUBLICIDAD

1.Concepto de publicidad
2.Procesos de comunicación publicitaria
3.Técnicas de comunicación publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMPRESA ANUNCIANTE

1.El Departamento de Publicidad en la empresa
2.Selección de la empresa publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA AGENCIA PUBLICITARIA

1.La Agencia de Publicidad
2.Estructura y funciones
3.Clasificación de agencias de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD

1.Concepto y clasificación
2.Medios publicitarios
3.Internet y publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD Y MARKETING

1.Publicidad y marketing
2.Animación y marketing
3.Marketing directo
4.Telemarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

1.Estrategias Publicitarias
2.La estrategia creativa
3.Estrategia de medios

MÓDULO 2. MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING: EL MERCADO

1.Concepto de mercado
2.División de mercado
3.Tipos de mercado
4.Ciclo de vida del producto
5.El precio del producto
6.Ley de oferta y demanda
7.El precio y la elasticidad de demanda
8.Comercialización y mercado
9.Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING EMPRESARIAL

1.Evolución del concepto y contenido del marketing
2.Alcance del marketing
3.Marketing y la dirección estratégica: las funciones de marketing estratégico y marketing operativo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE MARKETING

1.Definición y ventajas
2.Características del plan
3.Estructura del plan de Marketing

4.Etapas para elaborar un plan de Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING SOCIAL

1.Características del Marketing Social
2.La Responsabilidad Social y la ética en el marketing
3.Tipos de marketing social
4.Marketing social y responsabilidad social

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1.La Responsabilidad Social Corporativa y la ética
2.Ética y comportamiento humano
3.Tendencias actuales de la ética empresarial
4.El marco ético de la RSC
5.Elementos de la RSC
6.¿Quién debe implementar la RSC? La peculiaridad de la PYME
7.La RSC en España
8.Concepto y tipología de los "stakeholders"
9.Herramientas de gestión de la RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1.¿Qué es un Community Manager?
2.Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3.Funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
4.Los objetivos de un Community Manager
5.Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)

1.Medios sociales
2.Redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)

1.Blogs
2.Microblogging
3.Wikis
4.Podcast
5.Plataformas de vídeo
6.Plataformas de fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1.¿Qué es el marketing viral?
2.Procesos del marketing viral
3.La importancia de los contenidos en la Web
4.Estrategias de marketing y relaciones públicas
5.Marketing y las redes sociales

PARTE 2. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE

1.Introducción
2.Concepto de Marketing Digital
3.Funciones y objetivos del Marketing Digital
4.Ventajas del Marketing Digital
5.Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ENTORNO WEB

1.Compra de dominio y contratación de hosting
2.Instalación de Wordpress

3.Configuraciones iniciales
4.Themes
5.Personalización de Wordpress
6.Creación de Posts y Páginas
7.Gestión comentarios
8.Biblioteca Multimedia
9.Gestión de usuarios y roles
10.Herramientas útiles

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO

1.Auge del comercio online
2.Tipos de eCommerce
3.Atención al cliente
4.Embudos de conversión
5.Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB

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 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

1.SEO local
2.SEO internacional
3.SEO para apps: ASO
4.SEO para Amazon Marketplace
5.SEO en Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO

1.Auditoria de indexabilidad
2.Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3.Monitorización de marca
4.Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5.Códigos de estado y Protocolo
6.Análisis Log
7.Análisis de la taxonomía web

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (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 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM - HERRAMIENTAS

1.Introducción
2.Tipo de Keywords
3.SEMrush
4.Sistrix
5.LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6.Herramientas gratuitas
7.Extensiones para Chrome

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)

1.¿Qué es el Inbound Marketing?

2.Marketing de Contenidos
3.Marketing viral
4.Video Marketing
5.Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO

1.¿Qué es Black Hat SEO?
2.White Hat SEO
3.Riesgos del uso de Black Hat SEO
4.Técnicas Black Hat SEO
5.Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones
6.Informe de Acciones manuales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN SOCIAL MEDIA

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

PARTE 3. GOOGLE ADWORD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS

1.Características de Google Ads
2.Introducción
3.Las páginas de búsqueda
4.Las páginas de contenido
5.Funcionamiento de Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN CON GOOGLE ADS

1.Cuentas en Ads
2.Interfaz de Ads
3.Campañas en Ads
4.Mi centro de clientes (MCC)
5.Búsqueda de información y ayuda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONCEPTOS AVANZADOS

1.Posicionamiento de los anuncios
2.El funcionamiento de las palabras clave
3.Tipos de anuncios
4.Grupos de anuncios
5.Estados de los anuncios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS CONVERSIONES Y EL RETORNO DE LA INVERSIÓN

1.Definición de conversiones
2.Características y funcionamiento
3.Las búsquedas
4.¿Qué es Google Analytics?
5.Características Analytics y relación con Ads
6.La mejora de conversiones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEJORA DE POSICIONAMIENTO

1.Mejora con palabras clave
2.Mejora con anuncios
3.Mejora con la medición de los resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PUBLICIDAD DEL CONTENIDO

1.La Red Display
2.Orientacion en la red
3.Métodos de compra
4.Ayuda
5.¿Qué es el remarketing?
6.Las pujas
7.Estrategias de pujas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL EDITOR Y FINALIZACIÓN DEL CURSO

1.Características
2.Funciones
3.Fin del curso

PARTE 4. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1.Introducción
2.Concepto de Marketing Digital
3.Funciones y objetivos del Marketing Digital
4.Ventajas del Marketing Digital
5.Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1.Tipos de redes sociales
2.La importancia actual del social media
3.Prosumer
4.Contenido de valor
5.Marketing viral
6.La figura del Community Manager
7.Social Media Plan
8.Reputación Online
9.NIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO
10.Importancia del SEO
11.Funcionamiento de los buscadores
12.Google: algoritmos y actualizaciones
13.Cómo salir de una penalización en Google
14.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

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 5. INBOUND MARKETING

1.¿Qué es el Inbound Marketing?
2.Marketing de Contenidos
3.Marketing viral
4.Video Marketing
5.Reputación online
6.NIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM
7.Introducción
8.Marketing relacional

9.Experiencia del usuario
10.Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1.Definir la estrategia
2.Cuentas específicas
3.Identificación del equipo
4.Definir el tono de la comunicación
5.Protocolo de resolución de problemas
6.Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7.Monitorización
8.Gestión, seguimiento y fidelización
9.Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1.Fundamentos del email marketing
2.Objetivos del email marketing
3.Estructura de un email
4.Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1.Auge del comercio online
2.Tipos de eCommerce
3.Atención al cliente
4.Embudos de conversión
5.Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1.¿Qué es el copywriting?
2.Conectar, emocionar y convencer
3.Principales técnicas de copywriting
4.SEO para Copywriting
5.La importancia de los títulos

PARTE 5. FACEBOOK ADS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FACEBOOK ADS I

1.Publicidad Digital
    1.- Conceptos básicos de la Publicidad Digital
    2.- Conceptos avanzados de la Publicidad Digital
2.Anuncios de Facebook
    1.- Principales características de los anuncios
    2.- Apariencia y ubicación de los anuncios
    3.- ¿Cuánto cuestan los anuncios de Facebook?
3.Anuncios desde la página de Facebook
    1.- Anunciar página
    2.- Anunciar negocio local
    3.- Anunciar publicación
    4.- Anunciar sitio web: aumentar visitas
    5.- Anunciar sitio web: aumentar las conversiones
4.Administrador de Anuncios
    1.- Acceder al Administrador de Anuncios
    2.- Personalizar Administrador de Anuncios
5.Power Editor
    1.- ¿Qué es Power Editor?
    2.- Principales características de Power Editor

3.- Crear anuncios desde Power Editor
4.- Gestión de anuncios en Power Editor
6.Business Manager
1.- ¿Qué es Business Manager?
2.- Principales configuraciones con Business Manager
3.- Gestión de páginas, cuentas publicitarias y personas en Business Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FACEBOOK ADS II

1.Facturación y pagos
1.- Principios básicos de la facturación
2.- Gestión de pagos
3.- Configurar los métodos de pago
2.¿Cómo orientar tu anuncio?
1.- Segmentación del público
2.- Personalizar público a partir del sitio web
3.- Personalizar público a partir de la aplicación
3.Control de rendimiento y resultados
1.- Estadísticas
2.- Obtener informe de resultados desde el Administrador de Anuncios
3.- Obtener informe de resultados desde Power Editor
4.- Crear un Pixel de Facebook

PARTE 6. SEMRUSH

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SEMRUSH

1.¿Qué es SEMrush?
2.Aspectos básicos de SEMrush
3.Primer proyecto en SEMrush
4.Auditoría General del sitio
5.Investigación de palabras clave
6.Auditoría de posicionamiento patrocinado
7.Ranking de palabras claves
8.Ranking de palabras claves

PARTE 6. MARKETING DE AFILIACIÓN

1.Marketing de Afiliación
2.Introducción al Marketing de Afiliación
3.Funcionamiento del Marketing de Afiliación
1.- ¿Qué es un programa de Afiliados?
4.Redes de Afiliación
5.Dar a conocer el marketing de afiliación
6.Recomendaciones para el Marketing de Afiliación
7.empezar en el marketing de afiliación

PARTE 7. RETARGETING

1.¿Qué es el Retargeting?
2.Funcionamiento del Retargeting
3.Tipos de Retargeting
1.- Site Retargeting
2.- Social Retargeting
3.- Email Retargeting
4.- Search Retargeting
4.Implementación

5.Coste del Retargeting
6.Medir resultados
7.Consejos para tener éxito en el Retargeting
8.Importancia del Retargeting
9.Empresas de Retargeting

PARTE 8. ANALÍTICA WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANALÍTICA WEB Y SEO

1.Introducción al SEO
2.Historia de los motores de búsqueda
3.Componentes de un motor de búsqueda
4.Organización de resultados en un motor de búsqueda
5.La importancia del contenido
6.El concepto de autoridad en Internet
7.Campaña SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANALÍTICA WEB Y SEM

1.Introducción al SEM
2.Principales conceptos en SEM
3.Sistema de pujas y Calidad del anuncio
4.Creación de una campaña
5.Creación de anuncios con calidad
6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS Y MÉTRICA WEB

1.Conceptos básicos
2.Métricas
3.Visitas
4.Visitantes
5.Páginas
6.Promedio de tiempo en una página web
7.Promedio de tiempo en un sitio web
8.Tasa de rebote
9.Tasa de salida
10.Tasa de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OPTIMIZACIÓN DE SITIOS WEB

1.Usabilidad
2.Mapas de calor
3.Grabaciones de sesiones de usuario
4.Ordenación de tarjetas
5.Test A/B
6.Test multivariante
7.KPI, indicadores clave de rendimiento
8.Cambios a realizar para optimizar una página web
9.UNIDAQD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO, SEO
10.Importancia del SEO
11.Funcionamiento de los buscadores
12.Google: algoritmos y actualizaciones
13.Cómo salir de una penalización en Google
14.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA WEB

1.Listado de herramientas
2.Herramientas de analítica web

3.Herramientas de análisis de logs
4.Herramientas de medición mediante tags
5.Herramientas para medir el rendimiento de nuestro sitio web
6.Herramientas para recoger información de diseño o usabilidad web
7.Herramientas que analizan nuestra actividad en redes sociales
8.Herramientas de inteligencia competitiva

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GOOGLE ANALYTICS

1.¿Qué es Google Analytics?
2.Introducción a la analítica web
3.¿Como funciona Google Analytics?
4.Cookies
5.Introducción a JavaScript
6.Principios de Google Analytics
7.¿Qué es el porcentaje de rebote?
8.Página de destino
9.Conversiones
10.Objetivos
11.Eventos
12.Porcentaje de abandono
13.Visita/usuario único
14.Iniciar sesión en Google Analytics
15.Incorporar código de de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16.Verificar que Google Analytics recibe datos
17.Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18.Gestión de usuarios
19.Eliminar cuenta de Google Analytics
20.Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FUNCIONES BÁSICAS DE GOOGLE ANALYTICS

1.Introducción a las funciones de Analytics
2.Nociones básicas de Google Analytics
3.Añadir anotaciones en gráficos
4.Comparación de periodos
5.Exportar Informes
6.Añadir métricas a un gráfico
7.Crear, editar y eliminar segmentos
8.Crear un nuevo panel
9.Añadir un Widget al Panel
10.Tiempo real
11.Tipos de informes de Google Analytics: diagramas animados, gráfico por hora, día, semana, mes, etc?
12.Configuración del envío automático de informes
13.Audiencia
14.Enlazar cuenta de Google AdWords con Google Analytics
15.AdWords

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INFORMES

1.Informes de audiencia
2.Informes de adquisición
3.Informes de comportamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GOOGLE ANALYTICS 4

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 11. ANALÍTICA WEB Y MÉTRICAS EN REDES SOCIALES

1.Análisis del tráfico en redes sociales
2.Fijar objetivos en redes sociales
3.Facebook
4.Twitter
5.Youtube
6.Instagram
7.LinkedIn
8.Blogs
9.Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 12. MOBILE ANALYTICS Y MEJORA DEL DISEÑO

1.¿Qué es Mobile Analytics?
2.Métricas
3.Google analytics para analítica móvil
4.Otras herramientas de analítica móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 13. 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