



# FORMACIÓN ONLINE

## Máster en Marketing y Estrategias en Social Media + Titulación Universitaria

## ESIBE Formación Online



ESIBE se basa en una  
metodología  
completamente a la vanguardia  
educativa

## SOBRE ESIBE

ESIBE nace del afán por crear un punto de encuentro entre Europa, en concreto Latinoamérica.

A raíz de este reto, desarrollamos una nueva oferta formativa, marcada por en línea y unos contenidos de gran calidad que te permitirán obtener los conocimientos que necesitas para especializarte en tu campo.

Además, hemos diseñado para ti un campus con la última tecnología en sistemas que recoge todos los materiales que te serán útiles en tu adquisición de nuevos conocimientos.

Las Titulaciones acreditadas por ESIBE pueden certificarse con la Apostilla (Certificación Oficial de Carácter Internacional que le da validez a las Titulaciones en más de 160 países de todo el mundo).

Hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado puede acceder superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que cubrimos todas las áreas del saber y, con la garantía de aprender las habilidades y conocimientos que realmente demandados en el mercado laboral.

Nuestro centro forma parte del grupo educativo Euroinnova, líder en el sector gracias a su contenido de calidad e innovadora metodología con 20 años de experiencia. ESIBE cuenta con el respaldo de INESEM, reconocida escuela de negocios Euroinnova, centro formativo con más de 300.000 alumnos de los cinco continentes. Además, ESIBE imparte formaciones avaladas por Universidades de prestigio como Universidad Nebrija, Universidad Europea Miguel de Cervantes o Universidad E-Campus.

No somos solo una escuela, somos el lugar ideal donde formarte.

# Máster en Marketing y Estrategias en Social Media + Titulación Universitaria



DURACIÓN:

1.500 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

A consultar

(Sujeto a política de becas)



CRÉDITOS:

5 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:

ESIBE

Escuela Iberoamericana de Postgrado



**ESIBE**

ESCUELA  
IBEROAMERICANA  
DE POSTGRADO



## Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Master en Marketing y Estrategias en Social Media con 1500 horas expedida por INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) por la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings -Titulación Universitaria en Análisis de Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

Una vez finalizada la formación, el alumnado recibirá por parte de ESIBE vía correo postal, la titulación que acredita con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, su duración, el nombre y DNI, el nivel de aprovechamiento que se ha conseguido, la superación de las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de las instituciones que otorgan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional a Distancia de la UNESCO)



**EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION**

EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

**NOMBRE DEL ALUMNO/A**

con D.N.I. XXXXXXXXX que presta sus servicios en la empresa LABORATORIO ELECTROTECNICO, S.C.C.L. con C.I.F. XXXXXXXXX ha cursado la acción formativa

**Nombre de la Acción Formativa**

pertenciente al Plan de Formación Continua impartido por EUROINNOVA con Nº Exp. XXXXXXXXX dentro del marco de la Fundación Estatal para la Formación en el empleo dirigido a trabajadores de todos los sectores en la convocatoria del 20XX

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX

Con un nivel de aprovechamiento ALTO

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

La Dirección General  
JESÚS MORENO HIDALGO

Firma del Alumno/a  
NOMBRE DEL ALUMNO

Sello

Centro Asociado  
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION  
Comisión Internacional a Distancia de la UNESCO

AENOR AENOR AENOR

GESTIÓN DE LA CALIDAD ISO 9001  
SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN ISO/IEC 27001  
GESTIÓN AMBIENTAL ISO 14001

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Descripción

En un mundo digitalmente conectado, destacar en Marketing y Social Media se ha vuelto una habilidad crucial. Con Marketing y Estrategias en Social Media, te sumergirás en la práctica de técnicas punteras que mueven el compás del marketing digital. Aprenderás a manejar herramientas de Google para Marketing, nutrirás tu expertise en Marketing Online y SEO, y crearás campañas publicitarias en plataformas líderes como Facebook, explorando a fondo Google y Facebook Ads. Además, esta formación te dota de conocimiento avanzado en Analítica Web, capacitándote para interpretar datos con Google Analytics, Google Tag Manager y Looker Studio, y así tomar decisiones basadas en inteligencia real y tangible. Este Master Online es tu oportunidad para convertirte en un estratega digital integral, preparado para enfrentar los retos de un mercado en constante evolución. Esta formación que está a la vanguardia del marketing digital y social, y potencia tu carrera en el mundo conectado de hoy.

## Objetivos

- Dominar Google Ads.
- Estrategias en Facebook Ads.
- Expertise en SEO y SEM.
- Analizar redes con Analytics.
- Manejo de Tag Manager.
- Crear dashboards en Looker.
- Planificar Social Media Mix.

## A quién va dirigido

El Master en Marketing y Estrategias en Social Media está diseñado para profesionales y emprendedores que busquen mejorar su marketing online y el posicionamiento web. Ideal para aquellos interesados en profundizar en herramientas de Google y analítica avanzada con Google Analytics, Google Tag Manager y Looker Studio. Es perfecto para quienes desean adquirir conocimiento de Social Media al siguiente nivel y aplicar estrategias efectivas en sus negocios o proyectos.

## Para qué te prepara

Este máster está diseñado para dotarte de habilidades críticas en marketing digital y social media. Aprenderás a utilizar herramientas de Google para campañas de marketing, profundizarás en estrategias de marketing online y posicionar y aumentar la visibilidad de marca. Te especializarás en la creación y gestión de campañas publicitarias efectivas con Facebook Ads. Además, desarrollarás competencias en analítica web, utilizando plataformas como Google Analytics Manager y Looker Studio, para interpretar datos y mejorar el rendimiento de tus acciones digitales.

## Salidas Laborales

Con el Máster en Marketing y Estrategias en Social Media, abre un abanico de oportunidades laborales. Aplica tácticas de Facebook Ads, domina las campañas de Facebook Ads y analiza datos con Google Analytics y Google Tag Manager. Emerge en marketing online, posicionamiento web y analítica digital. Posiciones como Digital Marketing Manager, Social Media Manager, SEO/SEM Specialist y Data Analyst están a tu alcance, permitiéndote liderar la presencia digital de cualquier empresa.

## Materiales Didácticos

El alumno recibe un email con las Claves de Acceso al CAMPUS VIRTUAL en el que va a poder acceder al contenido didáctico, así como las evaluaciones, vídeos explicativos, etc. así como a contactar con el tutor de línea quien le va a ir resolviendo cualquier consulta o duda que le vaya surgiendo tanto por email, chat, teléfono, etc.

## Formas de Pago

- Tarjeta,
- Paypal

Otros: Otras formas de pago adaptadas a cada país a través de la plataforma de pago Ebanx.

Llama al teléfono  
**(+34) 958 99 19 19** e infórmate  
de los pagos a plazos sin  
intereses que hay disponibles



## Financiación

En ESIBE, tu aprendizaje es lo más importante. Por eso, hemos desarrollado contenidos, así como una innovadora en sistemas e-Learning con la que trabajarás para adquirir tus nuevos conocimientos con el nuestro claustro especializado en la materia. Te proporcionamos nociones imprescindibles para el desarrollo de tu actividad de tu ámbito.

Nuestro objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, capaz de desempeñar las tareas de responsabilidad en el sector.

## Nuestra Metodología

En ESIBE, tu aprendizaje es lo más importante. Por eso, hemos desarrollado contenidos, así como una plataforma innovadora e sistemas e-Learning con la que trabajarás para adquirir tus nuevos conocimientos con el respaldo de nuestro claustro especializado en la materia. Te proporcionamos nociones imprescindibles para el desarrollo de la actividad de tu ámbito. Nuestro objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, capaz de desempeñar las tareas propias de un puesto de responsabilidad en el sector.



## Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran comunidad educativa, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.





## Por qué estudiar en ESIBE



### Formación en Línea

Organiza tu propio tiempo.



### Apostilla de la Haya

Certifica tu titulación en países extranjeros.



### Calidad Europea

Formación especializada.



### Contenido Actualizado

Revisamos de forma continua nuestro temario.



### Campus Virtual

Plataforma con los últimos desarrollos del sector e-Learning.



### Amplia Oferta Formativa

Encuentra la formación que se adapta a ti.

## Valores ESIBE



### Compromiso

En ESIBE, nuestros alumnos son lo más importante y, comiences tu formación con nosotros estaremos a tu lado para lograr tu máximo desarrollo profesional y personal.



### Excelencia

Nuestros contenidos son de máxima calidad, ofreciéndote una oportunidad única de formación y crecimiento que te permitan alcanzar puestos de gran responsabilidad en tu sector.



### Unidad

Juntos, somos mucho más fuertes. Detrás de ESIBE hay un equipo multidisciplinar que suma sus fuerzas para conseguir sinergias que beneficien de forma directa a nuestros alumnos.



### Adaptabilidad

Queremos facilitarte tu aprendizaje, por eso, tú marca tu propio ritmo.



### Innovación

ESIBE se sustenta en una cultura con un carácter innovador y diferenciado, promoviendo el desarrollo y uso de nuevas tecnologías para el estudio y aprendizaje.



### Flexibilidad

Tú tiempo es valioso para nosotros y, con el fin de que puedas compaginar tu formación, te proporcionamos la flexibilidad que necesitas, pudiendo realizar tu formación en cualquier momento del día.

## Acreditaciones y Reconocimientos



## Temario

# PARTE 1. HERRAMIENTAS DE MARKETING DE GO SOCIAL MEDIA

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRINCIPIOS DE MARKETING

- 1.La publicidad tradicional ¿un nicho financiero de recursos inútiles?
- 2.El marketing unidireccional de interrupción
- 3.Características del Marketing tradicional
- 4.Relaciones públicas
- 5.Medios de comunicación tradicionales
- 6.Notas de prensa
- 7.Normas antiguas de las relaciones públicas
- 8.Evitando viejas normas

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL SOCIAL MEDIA MANAGER

- 1.¿Qué es un Social Media Manager?
- 2.La figura del Social Media Manager en la empresa
- 3.Competencias y responsabilidades
- 4.La organización del profesional en redes sociales
- 5.Principios sobre la gestión del tiempo
- 6.Herramientas de gestión y monitorización para rentabilizar el tiempo en la web 2.0
- 7.Objetivos y seguimiento del Social Media Manager
- 8.Errores que no debe cometer un Social Media Manager

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO 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
  - 1.- Calidad
  - 2.- Tráfico de búsqueda orgánica
  - 3.- Conversiones en búsqueda orgánica

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN: ANALÍTICA WEB

- 1.Introducción
  - 1.- Analítica web en la actualidad
- 2.¿Qué es la analítica web?
  - 1.- Clickstream
  - 2.- Análisis de múltiples resultados
  - 3.- Experimentación y testing
  - 4.- Centrarse en el cliente
  - 5.- Inteligencia competitiva
- 3.La Analítica Web: un reto cultural
  - 1.- Paso 1: objetivos claros
  - 2.- Paso 2: contexto y consenso
  - 3.- Paso 3: el ecosistema de herramientas
  - 4.- Paso 4: el cambio como imperativo estratégico
- 4.¿Qué beneficios genera la analítica web para las empresas?

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. MÉTRICA DE RESULTADOS

- 1.Conceptos básicos sobre métrica de resultados
- 2.Visitas
- 3.Visitantes
- 4.Páginas
  - 1.- Páginas de entrada
  - 2.- Páginas de salida
  - 3.- Páginas vistas y páginas vistas únicas
  - 4.- Páginas por visita
- 5.Tasa de rebote
- 6.Promedio de tiempo en un sitio web
- 7.Tasa de salida
- 8.Tasa de conversión

## **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?
  - 1.- ¿Cómo funciona Google Analytics?
2. Perfil de sitio Web
  - 1.- ¿En qué se diferencian un perfil y una cuenta?
  - 2.- ¿Cómo se añade un perfil?
3. Código de seguimiento
  - 1.- Añadir el código de seguimiento a sus páginas
4. Los objetivos
  - 1.- ¿Cómo se configuran los objetivos?
5. Informes
  - 1.- Informes de la sección Público
  - 2.- Informes de la sección Contenido
  - 3.- Informes de la sección Fuentes de Tráfico
  - 4.- Informes de la sección Comercio Electrónico
  - 5.- Informes de la sección Objetivos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. GOOGLE ADWORDS**

1. Introducción
2. Los anuncios de Google AdWords
3. Definiciones básicas
4. Ventajas de Google AdWords
5. Google Adsense
  - 1.- Cómo funciona AdSense
  - 2.- Tipos de anuncios
6. ¿Por qué varían las estadísticas entre AdSense y Analytics?
  - 1.- Asociar una cuenta de Google Analytics a la de AdWords
  - 2.- Diferencias entre Google Analytics y la herramienta de seguimiento de conversiones de AdWords

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. REDES SOCIALES HORIZONTALES Y VERTICALES**

1. La integración de las redes sociales en la estrategia corporativa de la empresa
2. Tipos de redes sociales

- 3.Redes sociales horizontales o generales
  - 1.- Facebook
  - 2.- Twitter
  - 3.- Google+
- 4.Redes sociales verticales o especializadas
  - 1.- LinkedIn
  - 2.- Viadeo
  - 3.- Youtube
  - 4.- Instagram
  - 5.- Pinterest
- 5.Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
- 6.Las redes sociales como intercambio constante de información

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN EN LAS REDES SOCIALES**

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

# **PARTE 2. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTOS**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE**

### **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. FACEBOOK ADS**

### **MÓDULO 1. GOOGLE ADS**

#### **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. Orientación 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

## **MÓDULO 2. 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 4. 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. UNIDAD 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

## **PARTE 5. 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

- 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