

Máster en Gestión de Redes Sociales y Estrategias de Marketing Digital



# ÍNDICE

**1** | Somos Educa Business School

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y acreditaciones

**4** | By EDUCA EDTECH Group

**5** | Metodología LXP

**6** | Razones por las que elegir Educa Business School

**7** | Programa Formativo

**8** | Temario

**9** | Contacto

## SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**EDUCA Business School** es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

**18**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

## RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**Educa Business School** se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---



FONDO  
SOCIAL  
EUROPEO



## BY EDUCA EDTECH

---

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION

---



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

### 1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



### 2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



### 3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

## 4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



## 5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

## 6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



# Máster en Gestión de Redes Sociales y Estrategias de Marketing Digital



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO  
PERSONALIZADO**

## Titulación

Titulación de Máster en Gestión de Redes Sociales y Estrategias de Marketing Digital con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



### EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas  
expide el presente título propio

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

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

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

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

Firma del Alumno/a  
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica  
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con Examen Convulsivo, Categoría Profesional del Consejo Presidencial Estatal de la INECCO (Bom. Resolución 0045).

## Descripción

---

En un mundo digitalmente conectado, destacar en Marketing y Social Media se ha vuelto una habilidad crucial. Con nuestro Master en Marketing y Estrategias en Social Media, te sumergirás en la práctica de técnicas punteras que mueven el compás del mercado. Aprenderás a manejar herramientas de Google para Marketing, nutrirás tu expertise en Marketing Online y SEO, y dominarás las campañas publicitarias en plataformas líderes como Facebook, explorando a fondo Google y Facebook Ads. Además, nuestra 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 paso adelante para convertirte en un estratega digital integral, preparado para enfrentar los retos de un mercado en constante evolución. Opta por una 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.

## Para qué te prepara

---

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

## A quién va dirigido

---

Este máster está diseñado para dotarte de habilidades críticas en marketing digital y social media. Aprenderás a utilizar las potentes herramientas de Google para campañas de marketing, profundizarás en estrategias de marketing online y posicionamiento web para aumentar la visibilidad de marca. Te especializarás en la creación y gestión de campañas publicitarias efectivas con Google Ads y Facebook Ads. Además, desarrollarás competencias en analítica web, utilizando plataformas como Google Analytics, Google Tag 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 con Google Ads, domina las campañas de Facebook Ads y analiza datos con Google Analytics y Google Tag Manager. Emergerás como experto en marketing online, posicionamiento web y analítica digital. Posiciones como Digital Marketing Manager, Social Media Strategist, SEO/SEM Specialist y Data Analyst están a tu alcance, permitiéndote liderar la presencia digital de cualquier empresa.

## TEMARIO

---

### PARTE 1. HERRAMIENTAS DE MARKETING DE GOOGLE Y 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 POSICIONAMIENTO WEB

#### 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. 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. ¿Cómo 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 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

