



Curso de Analítica Web y Certificación de Google Analytics

Aprende las claves del nuevo Marketing

PRESENTACIÓN

Inicio del curso
12 de noviembre de 2018

¿Estás pensando en desarrollar tu carrera profesional en el ámbito de la Analítica Web?

Te lo ponemos fácil a través de cuatro premisas.



Metodología

100% online
con clases en directo.



Mejor Relación

Calidad/Precio

(este curso posee descuentos y bonificaciones).



Duración

4 meses (12 de noviembre de 2018 –
15 de marzo de 2019).

**500 horas de formación
certificadas.**



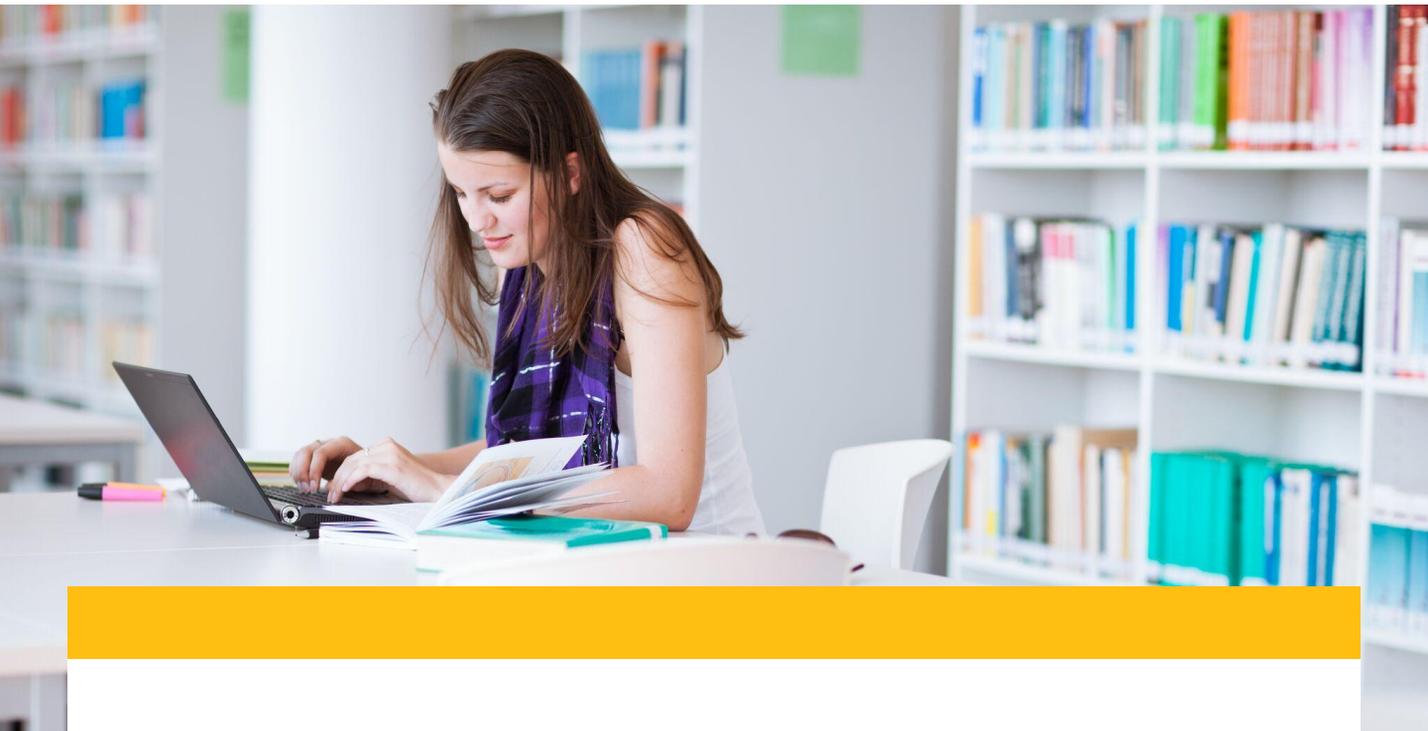
Garantía

La Fundación UNED es un organismo de gran prestigio, en España y América Latina, gracias a su buena labor y tradición en la formación online y a distancia.

[VISITA LA WEB DEL CURSO](#)

[MATRÍCULA ONLINE](#)





Con la revolución que ha supuesto el marketing online se ha abierto una **amplia gama de oportunidades** para que los profesionales y empresas se posicionen en Internet y den a conocer sus productos y servicios en este nuevo canal, de forma más eficiente y con unos costes en general más bajos que los que permite el marketing tradicional.

Sin embargo, para triunfar en este mundo digital, cada vez más profesionalizado, **se hace imprescindible analizar el comportamiento de los usuarios** para optimizar los costes y aumentar la rentabilidad de nuestras acciones. En definitiva, **medir** es un paso hacia el éxito, pues lo que no se mide no sabemos cómo mejorarlo. Por ello, **la analítica web es una de las especialidades más demandadas** del sector online y uno de los conocimientos más solicitados en el personal de marketing, community managers o IT.

A pesar de que la demanda de analistas web es cada vez mayor, en el mercado actual faltan personas con suficiente formación y experiencia en este campo. Con este curso se pretende **formar con garantías a profesionales en el ámbito de la analítica web**, tanto a aquellos que buscan optimizar y mejorar los resultados de sus portales como a los que se planteen desarrollar una carrera en el sector y aspiren a trabajar de forma independiente, o para alguna agencia o cliente.

El curso se centra en la herramienta **Google Analytics** y en otras herramientas complementarias como **Google Tag Manager**. Al finalizar el curso, el alumno será capaz de analizar el comportamiento de los usuarios en cualquier web, planificar las estrategias de medición adecuadas, plantear hipótesis de mejora y extraer las conclusiones que permitan mejorar los resultados.

Además, la formación está orientada a que el alumno consiga el **certificado individual oficial expedido por Google Analytics** (GAIQ, Google Analytics Individual Qualifying), único título oficial que acredita el dominio de esta herramienta y que a buen seguro será muy bien valorado por cualquier cliente o empresa.



A quién va dirigido

- Profesionales del marketing y la publicidad.
- Empresarios y directivos que quieran formarse en una de las disciplinas más demandadas del sector online.
- Gerentes y propietarios de negocios con presencia online que quieren mejorar los resultados de sus acciones en internet.
- Webmasters y gestores de sitios web.
- Estudiantes y recién graduados que quieran adentrarse en una de las profesiones más solicitadas.
- Profesionales del SEO y SEM que necesiten mejorar sus conocimientos en analítica web para impulsar su trabajo.
- En general, cualquier persona entusiasta de las nuevas tecnologías que quiera formarse en profundidad en Google Analytics y obtener la certificación oficial

Objetivos

1

Conocer qué es la analítica web y sus bases; desarrollar un plan de medición online y saber implementarlo; aprender a realizar análisis sobre cualquier sitio web (de medios, sitios de contenido, generadores de leads y tiendas online) para determinar qué cambiar y dónde.

Extraer datos de campañas de publicidad en internet y obtener conclusiones.

2

3

Dominar Google Analytics, la herramienta de analítica web más popular y utilizada, así como otras herramientas auxiliares, como Google Tag Manager.

Conseguir la certificación oficial individual en Google Analytics (GAIQ)

4

METODOLOGÍA

100% Online y clases en directo: flexibilidad y cercanía.



Campus Online



Tutor Personal



Clases en Directo



App Móvil

Recibirás las claves de acceso al Campus Online del curso. Desde ese momento podrás acceder cuando quieras (24 horas al día), en función de tu disponibilidad horaria, y desde donde quieras. Solo necesitas una conexión a internet.

Además de que la flexibilidad horaria y geográfica es total, el modelo pedagógico del curso está diseñado para ser conciliado con tus responsabilidades laborales y personales.



¿Qué me voy a encontrar?

Una vez dentro del campus, podrás descargar y estudiar el material didáctico, asistir a clases en directo, ver videotutoriales explicativos, participar en foros de debate, plantear tus dudas a los profesores o a tu tutor, leer documentación complementaria, realizar las actividades o interactuar con otros alumnos.

En función de la parte del curso en la que estemos, cada uno de estos aspectos será el protagonista. El curso está dotado de un ritmo muy interesante, ¡no te vas a aburrir ni un minuto!

Clases en directo

Las clases en directo consisten en explicaciones por parte del equipo docente de aquellos contenidos en los que, por su complejidad o importancia, queremos hacer hincapié trabajándolo directamente contigo. También aprovecharemos algunas de estas sesiones para ayudarte a resolver dudas, queremos que notes cercanía y los profesores van a estar muy pendientes de ti.

Podrás vivir la experiencia de una clase tradicional con profesores y alumnos, pero sin salir de casa. Si no puedes asistir a dichas clases, no te preocupes, la asistencia es voluntaria y todas las sesiones se graban para que puedas verlas cuando quieras.

Tutorías telefónicas

Además de lo anterior, contarás con la posibilidad de contactar con tu tutor a través de tutorías telefónicas. ¡No te vamos a dejar guardarte ni una duda!

MODELO DE EVALUACIÓN

Se trata de una evaluación continua de carácter fundamentalmente práctico



Teórica

A lo largo del curso se aportan amplios conocimientos teóricos que se evalúan fundamentalmente en su aplicación práctica. Por ello, la evaluación puramente teórica constituye una pequeña parte de la evaluación.



Práctica

Entre los casos prácticos que se trabajan, están los siguientes:

- Realizar un plan de análisis y medición para un sitio web.
- Configuración de Google Analytics.
- Analizar los datos procedentes de informes de Google Analytics.
- Implementar acciones de medición mediante Google Tag Manager.
- Simulación del examen oficial de certificación.

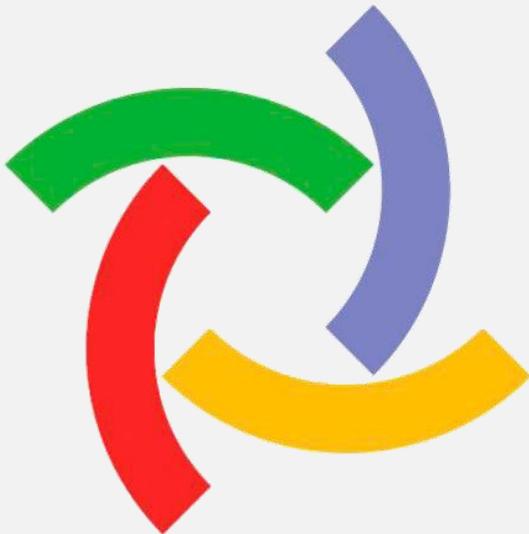
TITULACIÓN

Todos aquellos alumnos que superen el curso con éxito, recibirán el título de “Curso en Analítica Web y Certificación de Google Analytics de la Fundación UNED” que reconoce 500 horas de formación en la materia.

**Título de la
Fundación UNED**
que refuerza tu currículum



500 HORAS
de formación reconocidas



Qué es la Fundación UNED

La Fundación UNED pertenece a la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia www.uned.es) y tiene por objeto diseñar, promover y realizar todos aquellos estudios que son necesarios en pro del desarrollo científico, cultural, social, económico, de la investigación y de la formación profesional, tanto de la sociedad española como de aquellos países con los que mantiene relaciones de cooperación.

Para ampliar la información, visitar www.fundacion.uned.es.



PROFESORADO

Enrique Clemente Moneva

Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Universidad de Zaragoza.

Socio fundador de la Agencia de Marketing Online Idento y de la Agencia de Publicidad Equilátera. Actualmente trabaja como director de Operaciones en Idento.

Tras su paso por varias consultoras tecnológicas, lleva 11 Años trabajando en el mundo del marketing online, desempeñando, entre otras, funciones como consultor en las áreas de SEO, SEM y Analítica Web y como docente en diferentes instituciones, participando en diversos cursos de la Fundación UNED desde 2011.

Cuenta con las certificaciones profesionales en Google Adwords (Búsqueda, Display, Shopping, Vídeo y Mobile), Bing Ads, Google Analytics y Mobile Expert by iAi.



Carlos David López García

Graduado en Empresa y Marketing por la Escuela Superior de Comunicación de Negocios de Andalucía, con especialización en Marketing estratégico, relacional y trend marketing.

Actualmente es el responsable del Dpto. Marketing Online en Idento. Además, es Google Top Contributor en la Comunidad Oficial de Anunciantes de Google para los productos de Google AdWords y Analytics.

Experto en la gestión de campañas SEM y en Analítica Web, con especialización en webs de e-commerce.

Promotor del caso de éxito de Idento finalista en Google Premier Partner Awards Dublín 2016 para la categoría de Search.

Docente en diferentes instituciones como Universidades, Cámaras de Comercio y escuelas privadas de negocios.

Certificado por los programas Google AdWords, Bing Ads, Google Analytics, Hootsuite y Mobile Expert by iA).



PROFESORADO

Álvaro Bonal Sánchez

Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas. Máster MBA orientado a empresa 2.0 impartido por la escuela de comunicación de Granada.

Ha trabajado como consultor, formador y en los departamentos de comunicación de varias empresas y agencias de Marketing Online, como Cabify, Darkmoon, Sempatiza y The Brubaker. Especialista SEM y en plataformas PPC, Analítica Web y CRO, así como en el marketing de app móviles. Actualmente trabaja como consultor de Marketing Online en Idento.

Certificado en Google AdWords, Bing Ads y Google Analytics.



PROGRAMA

I. Introducción a la Analítica Web

A

INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

- ¿Qué es y para qué sirve la Analítica Web?
- Evolución de la Analítica Web
- Marketing tradicional vs marketing online
- Principales áreas de negocio interesadas en la medición web.

B

PRINCIPALES MÉTODOS DE MEDICIÓN

- Píxel de conversión
- Etiquetas Javascript
- Herramientas más importantes de medición web
 - Google Analytics
 - KissMetrics
 - Hotjar
 - ClickTale
 - Experimentos de Google Analytics
 - Optimizely

C

OBJETIVOS DE NEGOCIO

- Tipos de objetivos en marketing online
- Objetivos en una estrategia de branding
- Objetivos en una estrategia de generación de tráfico
- Objetivos en una estrategia de captación de leads
- Objetivos en una estrategia de consecución de ventas
- ¿Qué cifra considerar un buen porcentaje de conversión?

PROGRAMA

D

MACROCONVERSIONES Y MICROCONVERSIONES

- Diferencias entre macro conversión y micro conversión
- Identificar las micro conversiones mediante el embudo de conversión
 - En un E-commerce
 - En un sitio web de captación de leads
 - En una app móvil

E

DIMENSIONES, MÉTRICAS Y KPI

- Dimensiones y métricas. Qué son. Diferencias
- Tipos de dimensiones
- Cookies de seguimiento
- Métricas
- Contextualizando las métricas

F

APRENDER A PENSAR COMO ANALISTA WEB

- El método científico aplicado a la Analítica Web.
- El camino hacia una estrategia de Analítica Web efectiva
- Definir el plan de medición
- Definir la infraestructura técnica
- Crear el plan de implementación, implementar y mantener

PROGRAMA

II. Google Analytics

Bloque 1. Configuración de Google Analytics

A

INTRODUCCIÓN

- ¿Qué es *Google Analytics*?
- El modelo de datos de *Google Analytics*
- Cómo funciona *Google Analytics*
- Captura de los datos
- Configuración y procesado de los datos
- Presentación de los informes

B

CONFIGURACIÓN DE GOOGLE ANALYTICS

- Cuenta demo de Google Analytics
- La actual legislación sobre el uso de cookies
- Creación de una cuenta en Google Analytics
- Estructura: Cuentas, propiedades y vistas.
- Moviéndonos entre diferentes propiedades
- Sección Administrador
- Configuración de la cuenta de Analytics
- Todos los filtros
- Filtros básicos
- Configuración de la propiedad
- Enlazar otros productos con Google Analytics
- Configuración de las vistas
- Expresiones regulares
- Objetivos y embudos de conversión
 - Duración
 - Páginas por sesión
 - Evento
 - Destino
- Segmentos
- Etiquetado manual y automático en Google AdWords

PROGRAMA

II. Google Analytics

C

CONFIGURACIÓN AVANZADA DE GOOGLE ANALYTICS

- Implementación del seguimiento de comercio electrónico
- Diferencias entre objetivos y transacciones
- Implementación del seguimiento de eventos
- Implementación del seguimiento multidominio
- Agrupación de canales
- Dimensiones personalizadas
- Métricas calculadas
- Listas de remarketing para *AdWords*
- Exportación de datos desde *Google Analytics*
- Herramientas que usan la API de *Analytics*

Bloque 2. Informes y análisis en Google Analytics

A

INTRODUCCIÓN A LOS INFORMES DE GOOGLE ANALYTICS

- El panel de informes
- El menú de acciones avanzadas
- Panel de selección de fecha
- Los segmentos
- El explorador
- Zona de datos
- Zona de informes

B

PRINCIPALES INFORMES

- Informes de audiencia
- Informes de adquisición
- Informes de comportamiento
- Informes de conversiones
- Otros informes: tiempo real, personalizados y paneles

PROGRAMA

II. Google Analytics

C

ANÁLISIS DE CAMPAÑAS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

- Análítica para campañas de publicidad en *AdWords*
- Análítica del tráfico orgánico
- Análítica de campañas sociales
- Análítica de campañas de email

III. Google Tag Manager, testing y otras herramientas para mejorar tu Web

A

GOOGLE TAG MANAGER

- Introducción
- Ventajas e inconvenientes
- Alta en Google Tag Manager e implementación del código del contenedor
- Cómo se organiza jerárquicamente Google Tag Manager
- Usuarios, permisos y áreas de trabajo
- Cuentas y contenedores
- Etiquetas
- Activadores
- Variables
- Casos prácticos diversos
- Vistas. Área de trabajo, versiones y administrador en Google Tag Manager
- Publicación y vista previa



PROGRAMA

B

OPTIMIZACIÓN DE LA TASA DE CONVERSIÓN (CRO) Y TESTEO

- Introducción al CRO y testeo de un sitio web
- Fases del CRO
- Creación de un test A/B con Google Analytics
- Otro tipo de análisis para mejorar un sitio web: herramienta Hotjar
 - Mapas de calor
 - Grabación de visitas

IV. Certificación oficial de Google Analytics

A

EL PROCESO DE CERTIFICACIÓN EN GOOGLE ANALYTICS

- El programa Google Partners.
 - Alta en Google Partners
 - Guía para el examen.

B

PREPARACIÓN PARA EL EXAMEN DE CERTIFICACIÓN INDIVIDUAL DE GOOGLE ANALYTICS (GAIQ)

- Estructura del examen.
- Preguntas comunes. Consejos para abordarlo.
- Test de práctica para simulación del examen resuelto.

C

REALIZACIÓN DEL EXAMEN OFICIAL DE GOOGLE ANALYTICS

PROGRAMA

v. Casos prácticos

- El alumno trabajará diversos casos prácticos durante todo el curso.
- Además, en base a lo aprendido y practicado durante el curso y con la ayuda del material, consejos y preguntas de test suministrados, el alumno estará plenamente capacitado para abordar el examen de certificación oficial con garantías. Dicho examen se realizará desde la plataforma oficial de Google.



PRECIO

Matrícula de **650 €**, precio final.

Se puede elegir un único pago o fraccionado en dos plazos, abonando el 60% del total al hacer la matrícula y el 40% restante antes del 12 de enero de 2019. El pago fraccionado es compatible con los descuentos.

Colectivos **520 € (20% de Descuento)**

- Personas en situación de desempleo (el alumno deberá enviar una copia escaneada del justificante de demanda de empleo en vigor, junto al comprobante de pago, a imartinez@fundacion.uned.es).
- Profesionales autónomos (el alumno deberá enviar una copia escaneada del último pago a autónomos, junto al comprobante de pago, a imartinez@fundacion.uned.es)
- Alumnos y antiguos alumnos de la UNED y Fundación UNED (el alumno deberá enviar una copia escaneada del título del curso realizado o una copia escaneada del pago de matrícula del curso que está realizando, junto al comprobante de pago, a imartinez@fundacion.uned.es).
- Personal UNED (el alumno deberá enviar una copia escaneada del carné de empleado de la UNED, junto al comprobante de pago, a imartinez@fundacion.uned.es).
- Personas con discapacidad del 33% o superior (el alumno deberá enviar una copia escaneada del certificado de discapacidad, junto al comprobante de pago, a imartinez@fundacion.uned.es).

Antiguos Alumnos **390 € (40% de Descuento)**

Antiguos alumnos de los cursos de Marketing Online, Inbound Marketing, Usabilidad y Experiencia de Usuario, Publicidad en Redes Sociales, Community Management, Competencias Tecnológicas para Community Managers, E-commerce, Adwords y certificaciones de Google y Microsoft, Gamificación y Storytelling, Blogger Profesional de la Fundación UNED.

Trabajadores en Activo **650 € (100% Bonificable)**

Curso 100% bonificable a través de la [FUNDAE](#) (antigua F. Tripartita). El curso es abonado por la empresa, para su trabajador, mediante créditos formativos.

Al formalizar la matrícula, puede seleccionar que la Fundación UNED se haga cargo, en nombre de su empresa, de la tramitación de la bonificación en la FUNDAE. Esta gestión supone un incremento de un 10% de la matrícula, importe que también será bonificado como coste del curso.

Más información: gestion.bonificaciones@fundacion.uned.es

MATRÍCULA E INSCRIPCIÓN

Periodo de matriculación
hasta el 5 de noviembre de 2018

Duración del curso
del 12 de noviembre de 2018 al 15 de marzo de 2019

Inscripción

Podrás formalizar tu matrícula vía telemática en la página web del curso www.cursosmarketingonlinefunded.com o bien en la página oficial de la Fundación UNED www.fundacion.uned.es.

Información Académica (10-14h L-V)

Tel. 91 169 70 97 | mariana.blazquez@cursosmarketingonlinefunded.com
www.cursosmarketingonlinefunded.com

Información Matrícula Fundación UNED

Tel. 91 386 72 76 | imartinez@fundacion.uned.es
www.fundacion.uned.es

[VISITA LA WEB DEL CURSO](#)

[MATRÍCULA ONLINE](#)
